

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Ilyas, M dan Rechman, A A. (2016). *Impact of customer centric marketing mix elements on customer buying behavior: An empirical investigation in context FMCG industry of Pakistan*. *Arabian journal of business and management*, Vol. 7, No. 1; pp. 156 - 167
- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Anggito, A dan Stiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anissa, N., Zaini, O K dan Ramdani S H. (2019). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal online mahasiswa manajemen*, Vol. 3, No. 4; pp. 1-13
- Assauri, S. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja grafindo
- Berzezinski, S., Kot, S dan Karcz, J. (2015). *Cost optimization of courier deliveries*. *International journal of service quality*, Vol. 7, No. 3; pp. 1232 - 1239
- Bintoro., Yuniawan, A dan Sukresna, I.M. (2016). Pengaruh komunikasi pemasaran, kepercayaan merek dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal sains pemasaran Indonesia*, Vol. 15, No. 1; pp. 24-33
- Cockrill, A dan Mark M.H Goode. (2010). Perceived price and price decay I the DVD market. *The journal of product and brand management*, Vol. 19, No. 5; pp. 367-374
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS21 update PLS regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Harahap, D A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak Usu. *Jurnal keuangan dan bisnis*, Vol. 7, No. 2; pp. 227-242
- Hutahuruk, M R. (2020). Keterterapan bauran pemasaran 4C pada keputusan konsumen untuk memilih kafe *outdoor* yang dimoderasi oleh perilaku konsumen dalam situasi pandemi Covid-19. *Jurnal inosa*, Vol. 2, No. 2; pp. 80-91
- Izzhati, D.N., Talitha, T dan Mastriswadi, H. (2017). Identifikasi kebutuhan pelanggan terhadap ikan asap dengan menggunakan quality function development. *Jurnal ilmiah teknis industri*, Vol. 17, No. 1; pp. 36-45

- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada media *online shop* Shopee di Pekanbaru. *Jurnal valuta*, Vol. 4, No. 1; pp. 71-85
- Kasmir.(2012). *Dasar-dasar perbankan*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Katrin, I L., Setyorini, H D., Masharyono.(2018). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung.*Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol. 3, No. 1; pp. 246-254
- Kaura, V., Prasad, C. S. D. & Sourabh, S. (2015). *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. International Journal of Bank Marketing*, Vol, 33, No. 4; pp. 404-422
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2016).*Dasar-dasar pemasaran, Jilid 1, Edisi-9*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K L. (2016).*Manajemen pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Leawaty, D dan Sulistiadi, W. (2018).Hubungan bauran pemasaran dengan loyalitas pelanggan.*Jurnal ARSI*, Vol, 5, No. 1; pp. 16-24
- Lieska, K. (2015). *Customer satisfaction indeks.Base of marketing strategic marketing management journals*, Vol. 2, No. 4, pp. 327-331
- Logiawan, Y dan H. Subagyo.(2014). Analisa cutomer value terhadap cutomer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada restoran Bandar Djakarta Surabaya.*Jurnal manajemen pemasaran petra*, Vol. 2, No. 1; pp. 1-11
- Lovelock, C., Petterson, P dan Wirtz, J. (2015).*Service marketing: An Asia-Pasific and Australian Perspective, 7 Edittion*.Australia: Pearson
- Lupioadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*.Jakarta: Salemba empat
- Mardiasih, T S. (2019).Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar.*Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol. 2, No. 1; pp. 1-10
- Mustika, G A dan Andari, R. (2015). Pengaruh *customer value* terhadap keputusan menggunakan *meeting packaged* Golden Flower Hotel Bandung.*Tourism and hospitality essential journal*, Vol. 5, No. 1; pp. 869-876

- Natakusumah, F A dan Yuliati, A L. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. *Jurnal manajemen terapan*, Vol. 9, No. 1; pp. 34-49
- Ningsih, S N W., Milasari, A C dan Saifuddin, M. (2021). Strategi marketing mix dalam menghadapi pandemi Covid-19. *Jurnal manova*, Vol. 4, No. 1; pp. 20-34
- Nurhajija, S., Aroni dan Sudadi. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toserba Fajar Luragung. *Jurnal EBI*, Vol. 1, No.2; pp. 82-86
- Nugroho, W F dan Edwar, M. (2016). Pengaruh *café* atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Rolang Kopi Surabaya. *Jurnal pendidikan tata niaga*, Vo. 4, No. 3; pp. 1-6
- Pratiwi, Y R dan Lubis, E E. (2017). Pengaruh *word of mouth communication* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *boardgame lounge smart café* Pekanbaru. *Jurnal online mahasiswa*, Vol. 4, No. 1; pp. 1-6
- Putra, A W., Hidayati, T dan Wahyuni, S. (2019). Pengaruh nilai pelanggan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (Pada konsumen McDonalds Samarinda Central Plaza). *Jurnal ilmu manajemen*, Vol, 9, No. 3; pp. 191-202
- Riadi, M. (2020). Artikel kajian manajemen pemasaran: Strategi bauran pemasaran. <https://www.kajianpustaka.com>
- Riatmaja, D. (2018). Pengaruh faktor-faktor marketing mix terhadap niat beli di Hypermarket dengan persepsi nilai konsumen sebagai variabel mediasi. *Jurnal aghinya STIESNU Bengkulu*, Vol. 1, No. 1; pp. 7-13
- Saefudin, A. (2014). Redefinisi bauran pemasaran 4P ke 4C. *Journal of applied business and economics*, Vol. 1, No. 1; pp. 17-23
- Simamora, H. (2012). *Riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia utama
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Soemarno., Soesanto, H dan Sufian, S. (2016). Studi mengenai keputusan pembelian dengan *service encounter*, *service convenience* dan *product knowlage* yang dimediasi oleh *purchase intention* pada bengkel PT. Astra International DSO Semarang. *Jurnal saint pemasaran Indonesia*, Vol. 15, No. 2; pp. 93-101
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumolang, K S dan Mandey, L. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas

- Ssam Ratulangi Manado Menggunakan Kartu Seimpatel Telkomsel. *Jurnal ristik ekonomi*, Vol. 6, No. 1; pp. 261-270
- Susanti, E. (2020). Pengaruh *E-WOM* , kualitas informasi, *sales promotion* dan *service convenience* terhadap keputusan pembelian tiket bioskop online melalui TIX.id di Kota Pontianak. *Jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1; pp. 1055-1061
- Sutanto, F dan Keni. (2021). Pengaruh *service quality*, *service convenience* dan *perceived price and fairness* terhadap loyalitas nasabah bank dengan kepuasan nasabah sebagai mediasi. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2; pp. 129-134
- Swasta, B D. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jogjakarta: BPFE
- Swastha, B dan Irawan.(2013). *Manajemen pemasaran modern*.Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, F. (2014).*Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2015).*Strategi pemasaran*.Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2016).*Service quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Utami, W. (2017).*Manajemen ritel: Strategi dan implementasi ritel modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba empat
- Valaei, N, Razael, S dan Shahijan, M K. (2016).*Assesing overall service quality in courier service idustry and the moderating impact of age, gender and ethnicity*. *International journal of management cosncepts and philosophy*, Vol. 9, No. 2; pp. 276-285
- Vidridzky, S dan Wahyuni, I I. (2017).Strategi bauran pemasaran 99ERS 100.0 FM dalam mempertahankan rating top radio remaja.*Jurnal ilmiah ilmu humas*, Vol. 1, No. 2; pp. 142-152
- Zeithaml, VA., MJ.Bitner dan DD. Gremler. (2012). *Services marketing: integrating customer cocus across the firm 6th ed*. Boston: Mc.Graw-Hill.