

DAFTAR PUSTAKA

- Akroush, M. N. (2011). The 7Ps Classification of the Services Marketing Mix Revisited: An Empirical Assessment of their Generalisability, Applicability and Effect on Performance-Evidence from Jordan's Service Organisations. *Jordan Journal of Business Administrations*, 7(1).
- Amofah, O., & Tutu, C. O. (2016a). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 8, Issue 11). Online. www.iiste.org
- Amofah, O., & Tutu, C. O. (2016b). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 8, Issue 11). Online. www.iiste.org
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., Widowati, I., Studi Agribisnis, P., & Pertanian, F. (2019). The Effect Analysis Of Marketing Mix (7P) On Purchase Decision In Thiwul Ayu Mbok Sum. In *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* (Vol. 20, Issue 1).
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Bachtiar, M. L. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul*.
Jurnal.Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). "Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1).
- Bambang, P., & Lina, M. J. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2004). *Analisi Strategi Pemasaran di Tenga pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Omzet penjualan pada Restu Bakery Bojonegoro**Journal Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Erdiana, A. E., & Farida, S. N. (2021).
- Farida, (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Go-Jek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 31–40.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Seri Pustaka Kunci 12.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling* (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hainim, F. A., Hidayat, C., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2019). Analysis of The Effect of Work Motivation on Performance of Employees in Media Café, Kedoya West Jakarta. In *Tourism Research Journal E* (Vol. 3, Issue 2).
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective* (7th ed.). Pearson.
- Hashim, N. & H. (2014). 7P's: A Literature Review of Islamic Marketing. *Journal of Social and Behavioral Science*, 130, 155–159.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Kock, N. (2011). "Using WarpPLS in E-Collaboration Studies: Descriptive Statistics, Settings, and Key Analysis Result." *International Journal Journal E-Collaboration*, 10(1), 1–18.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Vols. 1 & 2). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (1st ed.). Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I Edisi XII* (Bob Sabran, Ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing management*.
- Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102616>
- Christine, & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.

- Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6367. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p25>
- Dharmawan, D. I., Taufik, Y., & Noorhan, E. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Physical Evidence Terhadap Brand Image Politeknik LP3I Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 22–40.
- Haryanti, & Susila. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebaifai variabel Mediasi (Studi Kasus di Pasar tradisional Bekonang Sukoharjo) Influence of Quality Service And Marketing Relasional to Satisfaction and Loyalitas of Client 3(1), 1.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Indah Purnama Sari, T. E. M. (2018). Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal Program Studi Pendidikan Ekonomi , FIPPS Universitas Indraprasta PGRI , Indonesia. 10(2), 115–120.
- Lastianto, A., Pradhanawarti, A., & Widiartanto. (2014). Pengaruh Promosi, Intetsitas Persaingan dan Kebijakan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Bandeng Presto Pada Sentra Usaha Bandeng Presto Kelurahan Tambakrejo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 1–7.
- Lawalata, A. T. E., Wattimena, A. Z., Rahakbauw, D. L., & Nanlohy, Y. W. A. (2022). Analisis Break Down Event Ponint Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada produk Minyak Kayu Putih (Studi Kasus UD. Bintang Timur Ambon). *Jurnal Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 1(2), 157–166.
- Nasir, A. (2018). Pengaruh Inovas Produk Terhdap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan. 6, 9–16.
- Nawangasasi, E., & Triatin, S. H. E. (2020). Peran Kinerja Pemasaran Yang di Pengaruhi Tingkat Penjualan Ditinjau daru Aspek Produk, Tempat, Harga, Promosi pada Kinerja Pedagang Jajanan Pasar Desa Karangpandan Kabupaten Karanganyar Peran Kinerja Pemasaran yang Dipengaruhi Tingkat Penjualan Ditinjau Jurnal Akuntansi, 8(1), 53–61.
- Nugroho, R., & Japariato, E. (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.

- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125–148. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110405>
- Salindeho, A. E., & Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang). *Pengaruh Inovasi Produk.....* 3348 *Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357.
- Semadi, I. M., DM, R., & Fitriany, F. (2022). Analisis Pengaruh Price, Promotion, People Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada Pt. Bpr Hasa Mitra Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 4(1), 39–52.
- Syahrial, Y. (2015). Analisis PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. ANEKA KARYA GLASS DI SURAKARTA SKRIPSI. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 80–87.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Buku materi Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200.
- Nasution, A. Arief. 2014. (2014). Analisis Kinerja Pemasaran PT Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 1–14.
- Nugroho, R. (2013). Pengaruh people, physical evidence, product, promotion, price dan place terhadap tingkat kunjungan di kafe coffee cozies Surabaya. *Urnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Polder, M., Leeuwen, G., Mohnen, P., & Raymond, W. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects. *UNU-MERIT, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovationand Technology*.
- Pour, B. S., Kamran, N., & Mostafa, E. (2013). The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272–3280. <https://doi.org/10.5897/ajbm12.127>
- Prabu, M. (2010). *Manajemen Sumber daya Manusia perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rodríguez, A. L. L., & Albort-Morant, G. (2016). Linking Market Orientation,

Innovation and Performance: An Empirical Study on Small Industrial Enterprises In Spain. *Journal of Small Business Strategy*, 26(1), 37–50.

Rosmadi. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.

Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Sholihin, M., & Dwi, R. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0*. Andi. Sukarno. (2018). *Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Peran*

Lingkungan, Inovasi Produk Dan Kreatifitas Strategi Pemasaran.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.

Tjiptono, F. (2014). Daftar Pustaka Daftar Pustaka. *Pemikiran Islam Di Malaysia: Sejarah Dan Aliran*, 20(5), 40–43.

Tull, D. S., & Lynn, R. K. (2016). *Marketing Management*. Prentice Hall International.

Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Grafindo Persada. Yamin, M. (2009). *Taktik Mengembangkan Kemampuan Individual Siswa*. GP Press.