

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2022). *Penelitian Terdahulu: Cara Membuat dan Contoh*. Deepublish. <https://deepublishstore.com/penelitian-terdahulu/>
- Abdullah, H. N., & Hilmi, M. F. (2014). Service Quality as Determinat of Customer Loyalty. *International Journal of Business and Innovation*, 1(6), 1–11
- Al Badi, K. S. (2015). The Dimensions of Marketing Mix. *Management and Organizational Studies*, 2(1), 136–142.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- American Marketing Associaton. (2017). *Definitions of Marketing*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. PT Rineka Cipta.
- Ariesman, Ludi Satria. (2015) *Permintaan dan Kepuasan Konsumen Rumah Tangga dalam Mengonsumsi Kecap di Bandar Lampung*. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Budiyarto. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Alpukat (Persea americana) Kocok (Suatu Kasus pada Konsumen Alpukat Kocok Pak Kumis di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat)*. Thesis: Universitas Winaya Mukti
- Djumarno, D, S., Hudaya, A., & Widodo, D. S. (2020). Analysis Of Customer Loyalty Through The Fast Restaurant Customer Satisfaction Factor. *Dinasti International Journal of Digital Bussiness Management (DIJDBM)*, 1(6), 966–979.
- Elat, T. P., Kawet, L., & Tumbel, A. (2014). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hello Tours And Travel Manado. *EMBA*, 2(3), 399–410.
- Firmansyah, M. A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras di Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 15(1).
- Ghazali, I., & Latan. Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Febrina, W., Lestari, D. S., & Fitra. (2017). Peranan Marketing Mix di Pabrik Kecap AAA Dumai. *Prosiding Semnas Teknik 2017 Sekolah Tinggi Teknologi Dumai*, 1(1), 24–31.
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). BPFE.

- Griffin, J. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (D. K. Yahya (ed.)). Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=573722>
- Griffin, R. W., Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2016). *Organizational Behavior : Managing People and Organizations*. (12th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. SAGE Publications
- Hamdi, H. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di Konfeksi Al-Fazzar Soreang Kabupaten Bandung* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/43753/>
- Hidayah, R. N. (2017). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Kecap Bango di Kota Malang (Studi Kasus Produk Kecap Bango PT Unilever Indonesia Tbk.)*". Universitas Brawijaya.
- Hudaya, A. (2020). Analysis of Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in Kedai Coffee (Case Study of SMEs in Jakarta Indonesia). *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(6), 954–969. <https://dinastipub.org/DIJMS/article/view/407/272>
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika*. http://eprints.uny.ac.id/6856/1/M-13_Statistika%28IGEDE_UNPAD%29.pdf
- Keegan, W. J., & Mark, G. C. (2015). *Global Marketing* (S. Wall (ed.); 8th ed.). Pearson Education Limited.
- Kementerian Perindustrian. (2021). *Direktori Perusahaan Industri*. <https://Kemenperin.Go.Id/Direktori-Perusahaan?What=kecap&prov=0>.
- Kementerian Pertanian. (2021). *Buletin Konsumsi Pangan*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Pertanian
- Kock, N. (2020). *WarpPLS 7.0 User Manual*. ScriptWarp Systems.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran* (A. S. dan B. Molan (ed.)). Erlangga.
- _____. (2014). *Principles of Marketing* (B. Sabran (ed.); 12th ed.).

- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education Limited. <https://books.google.co.id/books?id=-2hDwAAQBAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Index.
- Kristianto, L. P. (2011). *Psikologi Pemasaran*. CAPS.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku. <https://kuliahfreddy.files.wordpress.com/2019/04/metode-penelitian-kuantitatif.pdf>
- Kusuma, V. T. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Minat Beli Kecap Merpati dengan Mediasi Citra Merk* [Universitas Ciputra Surabaya]. <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2846>
- Mahyardiani, R. R., Hartoyo, & Krisnatuti, D. (2020). Satisfaction and Loyalty Test on RSIA Budi Kemuliaan Patients Using Marketing Mix. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 6(1).
- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2).
- Malelak, S. L., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2021). Analysis of Marketing Mix on Consumer Loyalty: Empirical Study of Customer Satisfaction of Local Product. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 160–168. <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v1i3.88>
- Mustaqimah, A., Hartoyo, & Nurmalina, R. (2019). Marketing Mix Effect Towards Customer Satisfaction and Loyalty: Case Study of Rejuve Cold-Pressed Drinks. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(3), 310–320. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/ijbe/article/view/27202/pdf>
- Nasrun, S. E. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Rumah di PT Ciputra Symphony* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/13154>
- Nursamawati, D. P., Harisudin, M., & Setyowati. (2022). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kecap Manis Merek Kentjana di Kabupaten Kebumen. *AGRISTA*, 10(3), 93–101.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, F. Y. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg Pawon di Janturan Umbulharjo). *Skripsi*. Yogyakarta : Pertanian UPN

- Nurchahyo, Fandry. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Mcdonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 4, ISSN: 2461-0593, April 2016.
- Purnamasari, I., Anindita, R., & Budi Setyowati, P. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Berubah Menjadi Loyalitas Pelanggan Pada Coldplay Juice Soji. *HABITAT*, 29(2), 57–64.
- Rahmatia, Hakim, A., Amin, F., & Suprapti. (2020). The Influence of Marketing Mix of Customer Satisfaction at Arifin Jaya Shop. *SEIKO: Journal of Management & Bussiness*, 3(2).
- Reichheld, Frederick F. (1996). The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value. *Choice Reviews Online*. <https://doi.org/10.5860/choice.33-639>
- Sa'diyah, H., Elpawati, & Sari, R. A. P. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Kecap Manis ABC di Jabodetabek. *Jurnal Agribisnis*, 11(2), 116–129.
- Selnes, Fred, 1993, An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty,” *European Journal of Marketing*, Vol 27, no 9, p 19-35
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus MCDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI.
- Sondak, C., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Indogrosir Manado. *EMBA*, 9(2), 754–764.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran* (Yohanes Lamarto (ed.); 7th ed.). Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=242807>
- Sukamto, R., & Lumintan, D. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Blackberry Indonesia. *IBuss Management*, 3(2), 316–324.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9, 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar - dasar Ekonomi Perusahaan)* (5th ed.). Liberty Yogyakarta.
- Syahrini, Laily (2020). Analisis Antrian Pada Teller di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kalimalang Duren Sawit Jakarta Timur. *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Raja Grafindo. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1161367>
- Verma, Y., & Singh, M. R. P. (2017). Marketing Mix, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study Of Telecom Sector in Bhutan. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, VIII(2), 121–129. <https://ijcms.in/index.php/ijcms/article/view/215/207>
- Wahyuddin, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Furnitur Angkasa Rahmat. *SIBATIK Journal*, 1(4).
- Widyaningrum, P. D. (2016). Analisis Peran Media Sosial dan Marketplace dalam Meningkatkan Penjualan Produk Gifa Store dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*: UIN Walisongo Semarang
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146–163.
- Zebua, A. J. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Shopie Paris Bc.Yenni Kecamatan Muara Bulian. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(2).
- Zeithaml, V. A., Mary Jo Gremler, & Dwayne D. (2006). *Services Marketing : integrating customer focus across the firm* (4th ed.). McGraw-Hill