

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiyah, rifdah dan P. didik. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Bank di Surabaya. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*, 2(1), 58.
- Akbar, P. A. (2018). Pengaruh Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Purchase Intention Pada Produk Peralatan Alat Kantor. 1–21.
- Alamsyah, Suria. (2019). Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jurnal Ilmiah "JUMANSI STINDO" Medan*, 1(3), 5.
- Alfani, M. H. (2018). Analisis Pengaruh Quality Of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Bank Brisyariah Cabang Pekanbaru. *Islamic Banking and Finance*, 1(1), 8.
- Amalia, A. (2020). Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi Di Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Pasar Monopolistik.
- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran terhadap peningkatan volume Penjualan.
- Aminah. (2020). Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Pegadaian Syariah Pinrang. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE.
- Amirullah. (2019). Populasi Dan Sampel (*pemahaman, jenis dan teknik*).
- Andjani, A. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Whatsap terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 45.
- Azizi, enji. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Anggaran Pendidikan Profesi pada Kantor Jasa Penilai Publik Sudiono Awaludin dan Rekan. *JURNAL ENTEPRENEUR DAN BISNIS*, 1(1), 35.
- Azmi, M. (2021). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. universitas muhammadiyah palembang.
- Chrismastianto, immanuel aditya wulanta. (2017). Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 136.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. In *SALIMIYA* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fiantika, F. R. (2022). metodologi penelitian kualitatif. *PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI*, 4.

- Harahap, Z. P. (2021). Analisis Motivasi Kerja Karyawan di CV. Fawas Jaya Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi*, 507.
- Hurriyati, R. (2018). Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta.
- Hasanah, H. (2017). *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*.
- Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2 (12th ed.)*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 Jilid 1)*. Erlangga.
- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. *Jurnal Sudut Pandang*, 2(5), 1–5.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial(FinTech)Terhadap Industri Perbankan. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 19(1), 57.
- Munif, K. (2017). Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang. Uin Walisongo Semarang.
- N, L. (2017). Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia. mitra wacana media.
- Nainggolan, H. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 4(1), 23.
- Nasution, M. amr. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* : 59, 7.
- Nuryana, A. (2019). PENGANTAR METODE PENELITIAN KEPADA SUATU PENGERTIAN YANG MENDALAM MENGENAI KONSEP FENOMENOLOGI . *ENSAINS*, 2(1), 21–22.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Nokendi Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Putu, I. A., Savitri, D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). In *Jurnal Kompetensi Teknik (Vol. 2, Issue 2)*.

- Ramanda, okky aditya. (2017). Analisa Kualitas Perairan Ditinjau Dari Tingkat Saprobitas Dan Kandungan Klorofil Di Muara Sungai Bodri Kendal. *JOURNAL OF MAQUARES*, 6(1), 68.
- Rasyid, A. (2018). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Nokendi Oyehe Kabupaten Nabire. universitas islam negeri sunan kalijaga.
- Ruane, J. M. (2021). penelitian Lapangan; Saksikan dan Pelajari: Seri Dasar-Dasar Metode Penelitian. NUSAMEDIA.
- Said, I. (2017). *Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern (Irwanti Said)*.
- Sari, M. (2018). Akuntabilitas pengelolaan keuangan organisasi keagamaan. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/KINERJA](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/KINERJA), 15(2), 52.
- Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran (Pertama, p. 2). CV. PUSTAKA ABADI.
- Sulistianingsih, S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap Di Kecamatan Kota Kayuagung. universitas muhammadiyah Palembang.
- Supardi. (2016). *populasi dan sampel penelitian*.
- Surayya, R. (2018). *PENDEKATAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN KESEHATAN*.
- Wiharsono, H. A. (2022). Pengaruh Layanan Pesan Antar Secara Online Selama Masa Pandemi Terhadap Omzet Penjualan Frozen Food di Kota Cimahi. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1000.
- Yuhana, A. N. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 92.