

DAFTAR PUSTAKA

- Area, U. M. (2022). *SKRIPSI Oleh : AZANI PEVI PUTRI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN SKRIPSI Oleh : AZANI PEVI PUTRI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MEDAN*.
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
- Asniar. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Toko Harapan Bangunan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu*. 84.
- Budi, I. S., Octavia, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 59–72.
- Bukhori, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo*. 1–97.
- Dewi, S. T., Oxygentri, O., & Arindawati, W. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bittersweet By Najla Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 6(2), 438. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i2.2022.438-443>.
- Dimas Hendika Wibowo. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Flores, Y. (2011). No Title p. In *Phys. Rev. E*. http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muoz_Zapata_Adriana_Patricia_Articulo_2011.pdf.
- Firli, Tengku. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Huraida, T. (2021). *Faktor-faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan di Toko Bangunan Sempurna (Spn)*. 1–72. <https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/batusangkar/AmbilLampiran?d=GtiiN14zpdJi5b1mtfyWu9WmIOGYpXmbJNuWFICKi1DjBw4CwIxSSDHOUbdcfobcbm6JONRYUggS6KU4%2BQjL4Umw70nWiHwIKaIWqbNgcOUCowA3NVfo1cKhpvWx7h%2BkuQstovdnp3OckWa0%2BZ9TtRkduAz6BKUGs8%2BPhvOMkrs%3D>.

- Irnanda, Husnurrofiq, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Toko Mahkota Ayu Banjarmasin. *EPrints UNISKA*, 2. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2782/>.
- Jenifer, S. H., Mandey, S. L., & Palandeng, I. D. (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI UMKM LEZATO DESSERT DESA KLABAT)* *MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASE INTEREST IN THE COVID-19 PANDEMIC (STUDY OF MSME LEZATO DESSERT IN KLABAT VILLAGE*. 10(4), 2185–2193.
- Kholilur. (2018). Implementasi pemasaran langsung (direct marketing) pada toko bangunan ud. banyuanyar di kabupaten pamekasan. *Alfabeta*, 1(2), 2.
- Lesmana, H. (2016). Pengaruh Kualitas Kepuasan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pengguna Kawasan Industri. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(4), 788–801. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.4.19>.
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>.
- Makmur & Saprijal. (2015). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Nabilla A. G, A. T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi. *Kritis*, 5, 21–40.
- Nurjannah, N., & Sari, R. I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Sri Rejeki Di Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(1), 102. <https://doi.org/10.35914/jemma.v1i1.85>.
- Olifia, N. W. M. J., & Mahaputra, I. I. D. R. (2018). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Menarik Minat Pelanggan Umah Hoshi Villa di Desa Sebatu , Kecamatan Tegallalang. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(1), 25–34.
- Poltak, Hendra et al. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Pranata, S. A., & Musnaini, M. (2022). Efisiensi Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Keramba Jaring Apung Sungai Batanghari Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(03), 554–568. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i03.17978>.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>.
- Soewito. (2013). Kata kunci *3*. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. H. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Suswita, R. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Di Kota Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 13, 53–59.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>.
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2018). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.
- Yusuf, Muhammad. 2019. *Konsep dan Strategin Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.