

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung, Alfabeta, CV : 2014) Buku Panduan Perusahaan Karina, Modul Aplikasi SPSS (Serang: STIE Bina Bangsa, 2014)
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Agustina Vina, Yoestini. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office)”. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1-11
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Abdullah Thamrin & Tantri Francis. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Achidah, Nur, M. Mukery Warso dan Leonardo Budi Hasiolan, “*Pengaruh Promosi, Harga terhadap Keputusan Pembelian*”, *Journal Of Manajement*, Volume 2 No. 2 Maret 2016
- Andreani, Fransisca, “*Analisis Kualitas Layanan Bisnis Makanan dan Minuman*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.5, No. 1, April 2010: 1-8
- Arifin, Syamsul dan Soedjono, “*Pengaruh Pruduk, Harga, Lokasi, Promosi, Fasilitas dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Besi*”, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 2 No. 11 (2013)
- Djaslim, Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Fauzi, A., Sarlo, K., Kenny, Hutagaol, J., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada

Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel.  
*Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 378-391.

Haily dan Sri Yanti, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen*”, *Zona Manajerial*, Volume 8 No. 2, Oktober 2016, 13-23

Kotler Philip (2002), *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Jakarta, Erlangga),

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Korler dan Gary Amstrong (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kesembilan, Jakarta: Erlangga.

Kusumawati Andriani, “*Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.3 No.1 Januari-Juni 2011

Listiawati, Raden Irna A., dan Tuti S. (2017). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Indomaret Suralaya, Merak-Banten. Volume 10 – Nomor 2*. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*. Universitas Bina Bangsa.

Lenzun, Jessica J. Dan James D.D. Massie, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*”, *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1237-1245

Ligia Pratisitia WalukowAgnes, Lisbeth Mananeke, dan Jantje Sepang, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*”, *Jurnal EMBE*, Vol.2 No.3 September 2014

Longdong, Esther Yosilia Ernawati dan Sifrid S. Pangemanan, “*Analisis Atmosfer Toko Online, Promosi Penjualan, dan Faktor Situasional terhadap Pembelian Implusif Online*”, *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.199-129 Nst,

Muhammad Rizky Fakhru Muhammad dan Hanifa Yasin, “*Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli*”, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol 14 No. 02 Oktober 2014 ISSN 1693-7619

Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era*

Mullins, Laurie J (2005). *Management and Organisational Behaviour*. Seventh Edition. USA: Prentice Hall,

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan pertama, Bandung: CV Alfabeta 2002

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016)

\_\_\_\_\_, *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan ke-21 (Bandung: Alfabeta, 2014)

Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (JRMSI) Vol. 3, No. 1, 2012

Samuel, Hatane, “Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 2, Oktober 2006:53-64