

DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Shouk, M. A., N. Zoair, M. N. El-Barbary, dan M. M. Hewedi. 2018. Sense of Place Relationship with Tourist Satisfaction and Intentional Revisit: Evidence from Egypt. *International Journal of Tourism Research*. 20(2):172–181.
- Adi, R. P. 2013. Pengaruh kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*. 4(3):236–251.
- Ali, F. 2015. Service Quality as a Determinant of Customer Satisfaction and Resulting Behavioural Intentions: a Sem Approach Towards Malaysian Resort Hotels. *Journal Tourism*. 63(1):37–51.
- Anjani, H. D., I. Irham, dan L. R. Waluyati. 2018. Relationship of 7p Marketing Mix and Consumers' Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*. 29(2):261–273.
- Arthur, K. M., A. Asmara, dan M. Simanjutak. 2019. The effect of Marketing Mix on “Kpr Xtra Bebas” Decision Making in Bank X Regional I. *Jurnal of Consumer Sciences*. 04(1):1–12.
- Assaker, G., R. Hallak, A. G. Assaf, dan T. Assad. 2015. Validating a Structural Model of destination image, satisfaction, and loyalty across gender and Age: Multigroup Analysis with Pls-Sem. *Tourism Analysis*. 20(6):577–591.
- Assauri, S. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Azadan, S., S. Noori, dan A. B. Naeini. 2017. Marketing Mix Tailored to the Introduction Stage of the Product Using FAHP Method. *Journal of Engineering and Applied Sciences*. 2017.
- Azhar, M. E., J. Jufrizen, M. A. Prayogi, dan M. Sari. 2018. The Role of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty at Samosir. *Journal of Tourism*. 15(2):124–137.
- Aziz, M. M. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pondok Bangladesh Rajanya Mie Aceh. *Thesis*. IPB
- Bachtiar, Yngwied Kusumastuti. 2016. Analisis Faktor Loyalitas Konsumen Terhadap Provider Telkomsel. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak Diterbitkan.

- Devi, B. C., A. Hoyyi, dan M. A. Mukid. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Layanan Internet Speedy di Kota Semarang Menggunakan Pls. *Jurnal Gaussian*. 4(3):485–495.
- Farida, I., A. Tarmizi, dan Y. November. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. 1(1):31–40.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Model Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Edisi 2. Semarang: Undip.
- Ghozali, I. dan H. Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Edisi Kedua. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamidiana, Z., C. Meidiana, dan H. Suwasono. 2016. Pengaruh Karakteristik Masyarakat Terhadap Kuantitas dan Kualitas Mata Air (studi kasus desa gunungsari kota batu). *J-Pal*. 7(2):104–111.
- Hermawan, H. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. 1(2):143–161.
- Hussain, S. 2018. Customer Satisfaction at Public Sector : a Case Study of Pakistan Housing Authority Customer Satisfaction at Public Sector : a Case Study of Pakistan Housing Authority. *Pakistan Journal of Social Sciences*. 35(2):1037–1050.
- Indah, D. P. dan Wilopo. 2017. Pengembangan Value Proposition Dalam Pembentukan Strategi Pemasaran. *Administrasi Bisnis*. 51(2):151–157.
- Irawan D, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jaya, G. N. M. dan I. M. Sumertajaya. 2008. Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika*
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Edisi Mile. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. 2012. *Kotler On Marketing Bagaimana Menciptakan, Memenangi, Dan Mendominasi Pasar*. Tangerang: KARISMA Publishing Group.
- Kotler, P. dan A. Gary. 2001. *Perinsip Perinsip Pemasaran*. Edisi 8. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler, P. dan A. Gary. 2008. *Perinsip Perinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2013. *Marketing Management*. Edisi Horizon Ed. PEARSON.
- Kukanja, M., D. Gomezelj Omerzel, dan B. Kodrič. 2017. Ensuring Restaurant Quality and Guests' Loyalty: an Integrative Model Based on Marketing (7p) Approach. *Total Quality Management and Business Excellence*. 28(13–14):1509–1525.
- Kushwaha, G. S. dan S. R. Agrawal. 2015. An Indian Customer Surrounding 7p'S of Service Marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 22:85–95.
- Liu, J. 2019. Customer Satisfaction and Firms' Innovation Efforts in Marketing: Taking Shipping Logistics Companies as an Example. *Journal of Coastal Research*. 1(94):940–944.
- Lovelock, Christopher H & Wright, L. K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lovelock, C., J. Wirtz, dan J. Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mariadi, L. dan H. Aima. 2014. Pengaruh Brand Equity, Persepsi Harga, dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Pakaian Merek Old Blue Company. *Jurnal MIX*. 4(1):42–56.
- Marques, A., D. P. Lacerda, L. F. R. Camargo, dan R. Teixeira. 2014. Exploring The Relationship Between Marketing and Mperations: Neural Network Analysis of Marketing Decision Impacts on Delivery Performance. *International Journal of Production Economics*. 153:178–190.
- Meeboonsalang, W. dan S. Chaveesuk. 2019. An Integrated Model of Customer Loyalty in Automobile Insurance in Thailand. *Asia-Pacific Social Science Review*. 19(3):203–2016.
- Munaf, T. 2018. Bangkitnya Label Lokal. *Badan Ekonomi Kreatif*. vol 7
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Narunart, T. dan P. Vinai. 2019. An Empirical Analysis of Factors Affecting Customer Loyalty to Sea Freight Forwarders in Thailand. *Asia-Pacific Social Science Review*. 19(3):128–143.
- Niqris, C. dan R. Hidayat. 2017. Strategi Bisnis pada Sablon Baju Beatmap di Waru Sidoarjo. *Jurnal Bisnis Indonesia*. 8(1):9–19.

- Novela, S., Novita, dan S. Hansopaheluwakan. 2018. Analysis of Green Marketing Mix Effect on Customer Satisfaction Using 7p Approach. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*. 26(1):131–144.
- Oki Pranajaya, G. M., I. Suroso, dan B. Irawan. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada PT. Eka Jaya Makmur Bali. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*. 6(1):1–7.
- Putri, D. G. D. dan S. B. Santoso. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Management*. 7(1):1–13.
- Sahid, Muhammad. 2019. *Analisis Faktor Pengembangan Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak Diterbitkan
- Sari, S. dan S. W. Saputri. 2019. Analysis of The Influence of Marketing Mix Towards Loyalty Through Cooperative Customer Satisfaction in South Tangerang City. *Jurnal Ekopreneur*. 1(1):62–76.
- Sarwono, J. 2018. *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Subagiyo, R. dan M. A. Adlan. 2017. Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 13(1):1–15.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukatjo, et al H. 2010. Analisa Marketing Mix-7p (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. 1(2):216–228.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supriatna, D., D. R. Nurrochmat, dan I. Fahmi. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Benih Cap Kapal Terbang di Jawa Barat. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. 3(3):341–352.
- Suranto. dan Pratiwi Adcharina. 2020. Model Pengembangan Pemasaran Kain Tenun "GOYOR" Berorientasi Pasar Berdasar Keinginan Konsumen Di Era Industri 4.0. *Prosiding IENACO*. 260-273.

- Surya, A. P. 2019. Customer Loyalty from Perspective of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction a Study From Grab - Online Transportation in Era of Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(3):394.
- Swagara, Reda. 2016. *Model Kinerja Pemasaran Kopi Lelet Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak Diterbitkan
- Tariq Khan, M. 2014. The Concept of 'Marketingmix' and its Elements. *International Journal of Information, Business and Management*,. 6(2)
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Edisi 1. Malang: Bayu Media.
- Ulum, M., I. M. Tirta, dan D. Anggreani. 2014. Analisis Structural Equation Modeling untuk Sampel Kecil dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS). *Prosiding Seminar Nasional Matematika*. 1(2):9–20.
- Utami, I. W., A. Pratiwi, dan I. Sentosa. 2019. Marketing of Batik Based on Consumer Preferences. *ICOHETECH*. 9(1):165–169.
- Widyaningtyas, S., T. Wuryandari, dan M. A. Mukid. 2016. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM). *Jurnal Gaussian*. 5(3):553–562.
- Yarimoglu, E. K. 2014. A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*. 2(2):79–93.