

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Anita, et. al. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bandung :Intelektual Manifes Media.
- Angger, Roni. (2020). *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Cetakan Pertama. AE Publishing, 2020.
- Arif, M., & Pulungan, A. M. (2021). *Peran Mediasi Dan Customer Loyalty Pada Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Service Quality Terhadap Buying Interest Pada Saat Covid-19 Di Jasa Transportasi Kereta Api*. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 572-586).
- Arsyad, Azhar. (2017). *Media Pembelajaran. Revisi*. Jakarta: PT RajaGravindo Persada.
- Bambang Winarso (2021, June 8). Apa itu TikTok dan apa saja fitur-fiturnya? <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Darna, M. S. B. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian* (G. .Ayu (ed.)). Deepublish Digital.
- Dewi, M. P. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM*. Wongsolo Malang. *Iqtishoduna*, 16(2), 167-190.
- Ratna Ekasari, S. E. M. M. (2023). *Metodologi Penelitian*. AE Publishing.
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). *Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan digital marketing terhadap kepuasan pelanggan di pizza marzano pondok indah mall 2*. *Eduturisma*, 3(2).
- Fitria, E., & Gunawan, G. (2023). *Penerapan Metode Moorsa pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan E-commerce dalam Pembelian Produk Fashion*. *Jurnal Riset Matematika*, 55–64.

- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi penelitian (Pertama)*. CV Hira Tech.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. E-Journal Widya Ekonomika, 1(2)
- Hurriyati, Ratih. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Hurriyati. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Hariyadi, Wahyu. 2023. *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Coffee Shop Encycoffeedia Semarang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Jeremia dan Djurwati. (2019). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Korporat Pada Penggunaan Layanan Pengiriman Surat dan Paket di Kantor Pos Bengkulu 38000*.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing (Edisi Ke 7)*. Salemba Empat.
- Lumingkewas, E. M. C. (2019). (*Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi*). *Konsep Dasar Manajemen: Ilmu Dan Seni Mengatur Organisasi*, 1–75 :Cv Tahta Media
- Mamang,E.S., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian Yogyakarta*. Yogyakarta: Andi.
- Mauludin, Hanif. 2013. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pipu Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ngaisih. (2022). *Peran Manajerial Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan*.Kebumen:PT Arr Rad Pratama
- Octarinie,N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Obat-Obatan Pt. Kalbe Farma Cab. Palembang Nenny. Jurnal Manajemen*, 7(4).
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada e-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537-553.

- Patimah, E., & Nurfauzan, M. I. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen pada alfamart Banjarnegara Kabupaten Majalengka*. Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 2(3), 528–539.
- Ridianti, R., & Cipto, R. C. P. (2018). *Pengaruh Harga Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian di Giant Ekstra Balikpapan*. Arthavidya, 20(2), 180-190.
- Rivai, Veihzal. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Safitri, M. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Ulasan Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Fashion di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pelanggan Shopee di Sukabumi)*.
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Satriadi, A. (2022). *Pengantar manajemen*. Sumatera Barat. Cv. Azka Pustaka
- Siswanto, B. (2021). *Pengantar manajemen*. Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto* Penerbit Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 28(1), 12.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardi, Rebin, & Suharyono. (2020). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Lpu-Unas.
- Suprapti, S. (2018). *Membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek (studi pada produk smartphone merek Oppo)*. Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan.

Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). Manajemen Pemasaran. Ponorogo: Myria Publisher. Tartila, M. (2022). *Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3), 3310–3316.

Suprpti, S. (2018). Membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek (studi pada produk smartphone merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.

Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The effect of hedonic shopping motivation, shopping lifestyle and *fashion* involvement with impulse buying. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 2(1), 18-28.

Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta: Andi.

Wani, A. S., Yasmin, F. A., Rizky, S., Syafira, S., & Siregar, D. Y. (2024). *Penggunaan teknik observasi fisik dan observasi intelektual untuk memahami karakteristik siswa di sekolah menengah pertama*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3737–3743.

Wirtz, Lovelock, John. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif* edisi 7. Jakarta: Erlangga.

Yasaroh, Aas. 2020. *Pengaruh Program Membership Card dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal.

https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Pengantar_Manajemen_Bisnis/mtQHEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan+manajemen+pemasaran&pg=PA94&printsec=frontcover Suprpto, R. 2020. *Manajemen Pemasaran*. 1.

Indonesia Jadi Negara dengan GMV TikTok Shop Terbesar Ke-2 di Dunia - GoodStats

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.