

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alfian, F., & Hermanto, H. (2021). Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 25–30. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i1.12709>
- Azizah, S. (2010). Strategi Komunikasi Pembinaan Pembudidayaan Kambing Boer untuk Meningkatkan Taraf Ekonomi Masyarakat di Desa Wonosari, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 79-102.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications. 2014.
- Day, G. S. (1969), "A Two-Dimensional Concept of Brand Loyalty," *Journal of Advertising Research*, Vol. 9 (September), pp. 29-35.
- Dick, A. S. and K. Basu (1994), "Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 22, No. 2 (Spring), 99-113.
- Dwijowijoto, Riant Nugroho. (2004). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (1990). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Halim, F., et al. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.
- Haryanto, E. (2013). *Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 750–760.

- Jacoby, J. and J. C. Olson (1970), *"An Attitudinal Model of Brand Loyalty: Conceptual Underpinnings and Instrumentation Research," Purdue Papers in Consumer Psychology*, Vol 159. Purdue University.
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1-8.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. dan Armstrong. G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Laia, Y., Sarumaha, M. S., & Laia, B. (2022). Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa Di Sma Negeri 3 Susua Tahun Pelajaran 2021/2022.
- Latif, M., (2020). *Manajemen strstegik dalam Pendidikan islam*. Jambi :Salim media Indonsia.
- Liliweri, M.S. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: kencana prenada media grup.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Permana, R. (2013). Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 119-136.
- Quinn, B., & Mintzberq, H. (1991). *The Strategy: Process, Concepts, Contents, Cases*. Ney Jersey: Prentice Hal.
- Rahman, A. (2018). *Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 77–86.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.(2008). *Statistik Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta, Bandung, Indonesia. Diakses tanggal 07 Agustus 2016.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Maju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susilawati, & Utami, L. S. S. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Shopee Versi BlackPink terhadap Brand Loyalty Mahasiswa Jakarta. *Prologia*, 4(1), 173–178.
- Susilowati, (2023). *Komunikasi Pemasaran Terintegrasi*, Penerbit Ub Press.
- TaghiPourian, M. J., & Bakhsh, M. M. (2015). *Loyalty : From Single-Stage Loyalty to Four-Stage Loyalty. International Journal of New Technology and Research (IJNTR)*, (6), 48–51.
- Tjiptono, Fandy, (1997). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Wulandari, S. (2019). *Pengaruh Kepuasan dan Hubungan Emosional terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bisnis Jasa*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 45–54.
- Widjaja, G. (2022). Apa kata para ahli tentang komunikasi pemasaran terpadu untuk strategi promosi dan penjualan bisnis yang efektif. *Jurnal Ekonomi Syariah Interdisipliner Indonesia (IIJSE)*, 5(1), 48-62.
- Widyanisa, A., Lubis, H., & Sary, K. A. (2015). *Pola komunikasi interpersonal pada pasangan suami istri yang menjalani long distance marriage. Marriage*, 21, 28.
- Zairis, A. (2014). Strategi Penjualan Lengkap dan Peluang untuk Penjualan yang Sukses. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Asia*, 2(2).
- Zonitra, E., & Prakosa, A. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Barbershop di Yogyakarta. *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v1i1.2257>