

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan L N.V. 2014. *Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case Of Irfan Khodro Company. Journal of Social and Behavior Sciences, Vol 143,822-826*
- Agustin, R., & Hasyim, A (2019) *Membangun Niat Beli Secara Online Melalui Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen*
- Alhasni, Rifki Husen. 2021. "Rancangan *Blue Ocean Strategy* Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis di Bidang Perbankan Syariah Kc Ambarukmo." Skripsi. Universitas Islam Yogyakarta
- Apataguna dan Pitaloka, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Gojek. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya, Vol 3.*
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- C. Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Diana Andirani. 2012. *Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Strategi Pelayanan Obat di Apotek K-24*
- Durianto, Darmadi (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta
- Ferdinand, A. (2016). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://www.richeesefactory.com>

Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. Manajemen Strategis. Penerbit Andi. Yogyakarta

Kartono, 2014. Pemimpin dan Kepemimpinan. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Karya, Eka. 2013. Formulasi *Blue Ocean Strategy* pada PT Gudang Garam Tbk

Kasmir. (2005). In Kasmir, *Etika Costumer Service* (p. 15). Jakarta: PT. Raja Grafindo

Kho., Michael Christian Kosasih., dan Ratih Indiryani. 2014. Perumusan *Blue Ocean Strategy* Sebagai Strategi Bersaing Pada Perusahaan Keluarga CV.

Gama Abadi. *Jurnal Manajemen* Vol. 2, No. 1, Universitas Kristen Petra

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2014). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business Review Press.

Kim, W. Chan dan Mauborgne, Renee. 2016. *Blue Ocean Strategy : Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*. Jakarta : Serambi.

Kothler, P. (2001). In Erlangga, Analisis Perencanaan Dan Implementasi Dan Kontrol, Jilid 1 (p. 83). Jakarta

Kotler, P. (2011). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (Kedua Belas). PT. Indeks.

Ni Luh Ade ayunda ananta Dewi., I Wyn Eka Dian Rahmanu., dan Nyoman Indah Kusuma Dewi, 2022. Penerapan *Blue Ocean strategy* untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Platform TaniHub Bali Branch. *Jurnal Bisnis dan*

Kewirausahaan Vol 18, No 2, Politeknik Negeri Bali.

<https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/GBK/article/download/455/338/5599>

Pramono. 2012. Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang maupun Jasa.

Intidayu Press. Jakarta

Rachman, S,Arief., Arto, Sugih. 2013. Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Terhadap

Strategi Pelayanan Rumah Sakit. Hal: 6-8

Rofiatun, N. F. (2016). *The impact of market share and banking sector indicators*

*to the profitability of Islamic commercial banks in Indonesia. Journal of*

*Islamic Economics Lariba*, 2(1), 31–42.

Sari, M. K. (2016). *Determinants of Islamic commercial banks financing risk in*

*Indonesia. Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(2), 25–32.

<https://doi.org/10.20885/jielariba.vol2.iss2.art3>

Sintha, S. M. L. (2013). *Blue Ocean vs Red Ocean*. Jurnal Keuangan Dan

Perbankan, 46-66.

Yunus, M. (2021). *A review on Blue Ocean Strategy effect on competitive*

*advantage and firm performance. Academy of Strategic Management*

*Journal*, 20(1).