

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. H. (2024). Analisa strategi bauran pemasaran jasa dan citra dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Studi pada KBIH Miftahul Ulum Lumajang). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(1), 82–101.
- Al Rasyid, I., Winarso, D., & Asrianto, R. (2022). Analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap penerapan Learning Management System (LMS) ujian online menggunakan metode E-Servqual (Studi kasus: SMA Muhammadiyah Bangkinang).
- Amriadi, & Rachmat, Z. (2025). Analisis kualitas pelayanan dan implementasi sistem informasi manajemen di PT. PLN (Persero) Kabupaten Soppeng. *Movere Journal*, 7(1), 217–224.
- Andriani, U., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Strategi pemasaran pedagang pasar tradisional Megaluh Jombang dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 285–296.
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap perkembangan usaha (Studi pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 6(1), 61–73.
<https://doi.org/10.35722/pubbis.v6i1.582>
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh keragaman produk, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dengan minat beli produk fashion muslim sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 256–271.
- Irona, V. D., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: Kualitas produk, harga dan promosi (Literature review SMM). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1), 173–182.
- Khiftiyah, M., & Nilamsari, W. (2022). Proses pemberdayaan perempuan melalui program usaha peningkatan pendapatan keluarga pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 3(1), Artikel 13.
<https://doi.org/10.7454/jpm.v3i1.1024>
- Laksmiana, P. E., Setyaningrum, I., & Ariani, M. (2024). Strategi pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur menuju pertumbuhan berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(2), 569–580.
- Lestari, E. (2024). Persepsi konsumen mengenai harga, lokasi dan kualitas pasar

- terhadap minat beli konsumen di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133–144. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13491>
- Lumingkewas, E. M. C. (2023). *Konsep dasar manajemen: Ilmu dan seni mengatur organisasi*. Tahta Media Group.
- Mamulak, N. M. R., Suwastika, I. W. K., Sutaguna, I. N. T., & Yolanda. (2025). *Strategi pemasaran: Teori dan praktik dalam era digital*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, I. K. E., & Widiati, E. (2023). *Manajemen pemasaran jasa: Konsep dasar dan strategi*. CV Eureka Media Aksara.
- Maulidayanti, E. B., Wahyuni, I., & Syahputra, H. (2025). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Beach Forest Klatakan Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 4(3), 518–534.
- Mutawali, A., & Ramli, H. M. (2024). Minat, perhatian, komunikasi dan partisipasi, disiplin dalam psikologi pendidikan. *Journal Islamic Education*, 3(4), 159–166.
- Nasution, N. F., Siregar, Z. M. E., & Melia, Y. (2025). Analisis pengaruh diversifikasi produk, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Warung Kopi Wans. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 476–487.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, & Hadibrata, B. (2022). Korelasi keputusan pembelian: Kualitas produk, persepsi harga dan promosi (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(4), 452–460.
- Pauseh, A. N., Azmi, N. N., & Pranata, A. (t.t.). *Analisis faktor-faktor kesulitan belajar bahasa Arab serta solusinya untuk meningkatkan hasil belajar*. Institut Agama Islam Negeri Pontianak, 47–56.
- Salsabila, N., Salsabila, N., & Casmadi, Y. (2026). Platform layanan pengantaran makanan dan jasa transportasi berbasis website. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), 7–16. <https://doi.org/10.69714/z75qzm68>
- Sihotang, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. UKI Press. Sudiantini, D., & Hadita. (2022). *Manajemen strategi*. CV. Pena Persada.
- Sudirjo, F., Koynja, J. J., Yuniar N., E., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). *Manajemen pemasaran*. Yayasan Putra Adi Dharma.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi bauran promosi (Promotional mix) dalam*

meningkatkan kepercayaan masyarakat. CV Multi Pustaka Utama.

Zulfiah, E., Putri, N. N. N., & Fadhilah, M. (2023). Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 8(3), 414–423. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v8i3.606>