

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiroh, I., Rahmi, D., Dwitanti, E., & Supeno, B. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Untuk Bisnis Jasa: Bibliometrik Analisis. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1-14.
- Azifah, N. (2022). Mengidentifikasi Segmen Pasar.
- Azizah, F. (2021). Pasar Dan Pemasaran.
- Basalamah, S. A. (2020). Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. *Jurnal Ekonomika*, 4(1), 73-81.
- Budianto, A. (2015). Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Ombak*, 11-57.
- Danang Sunyoto, S. H., SE, M., & Fathonah Eka Susanti, S. E. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Media Pressindo.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Hasan, S., Awalia, S., Sihombing, N., Hakim, I., & Juliana, J. (2022). Pemasaran Jasa.
- Haya, N. A. (2022). Mengidentifikasi Segmen Pasar Dan Memilih Pasar Sasaran.

Hurriyati, R. (2005). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. *Bandung: Alfabeta*, 129, 29.

Indonesia, B. E. (2021). Tata Kelola Perusahaan. *Diunduh di [https://www.idx.co.id/tentang-bei/tata-kelola-perusahaan/pada tangga](https://www.idx.co.id/tentang-bei/tata-kelola-perusahaan/pada-tangga)*, 6.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ke Tigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). Manajemen pemasaran. *Yogyakarta. Indomedia Pustaka*.

Mardalis, A. (2006). Meraih loyalitas pelanggan. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 111-119.

Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.

Mulyana, M. (2019). Segmentasi pasar, penargetan pasar dan pemosisian.



Nurlia, N. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan. *Meraja Journal*, 2(2), 51-66.

Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.

Payne, A. (2000). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Puspaningtyas, M. (2011). Analisis strategi pemasaran jasa. *Dinamika dotcom*.

Putra, P. (2023). Manajemen pemasaran.

Rambat Lupiyoadi, M. (2011). *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*.

Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. Sah Media.

Siagian, H. (2011). Pedoman kerja berbasis struktur organisasi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1(2), 111-118.

Soemohadiwidjojo, A. T. (2017). *KPI untuk perusahaan jasa*. Raih Asa Sukses.

Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.

Sudartono, T., Soegoto, A. S., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Syahputra, S., ... & Triwardhani, D. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. *Edisi Kedua*.

*Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.*

Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.

Wardi, Y. (2004). Manajemen Pemasaran Jasa.

Winarto, H. (2011). Strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas*

*Wijayakusuma Purwokerto, 14(3), 23137.*

