

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- armstrong, k. (2014). *prinsip-prinsip manajemen*. jakarta: erlangga.
- armstrong, k. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. england: Pearson Education, Inc.
- Armstrong, K. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. jakarta: erlangga.
- Griffin, M. (2013). *Perilaku Organisasi ( manajemen sumber daya manusia*. jakarta: salemba empat.
- Herawati, A., Pradhanawati, A., & dewi, r. s. (2013). pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen alfamart di kecamatan tembalang semarang. *diponegoro journal of social and politic*, 1-9.
- hermawan, h. (2015). analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di jember. *jurnal manajemen dan bisnis indonesia*, 143-161.
- Indrasari, L. D. (2017). Analisis Pengaruh Retail Marketing Mix. *Analisis Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap loyalitas konsumen pada pasar modern (studi kasus pada indomaret bandar kediri)*, 47-51.
- keller, k. (2012). *manajemen pemasaran*. jakarta: erlangga.
- keller, k. (2016). *Marketing Managemen*. boston: Pearson Education.
- Marendra, I. G. (2018). pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket (alfamart atau indomaret). *jurnal pemasaran kompetitif*, 34-52.
- mei, n. a. (2012). pengaruh marketing mix terhadap loyalitas konsumen suplemen impor dari usa di kabupaten bantul. *JBMA*, 37-53.
- nurbasari, a. (2008). pengaruh katakteristik segmen sasaran terhadap strategi bauran penjualan eceran serta implikasinya pada keputusan pembelian (suatu survey pasar swalayan di jawa barat). *proceesing ASPAC on ASET* , 66-89.
- Nurbasari, A. (2013). Marketing Ritel Mix. *The Influence of Retail Business in Purchase Decision in Global Competition (Studi Griya Supermarket at Antapani Bandung)*, 1-16.

- Olson, J. P. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- purnamasari, i., anindita, r., & setyowati, p. b. (2018). pengaruh bauran pemasaran (produk,harga,tempat,promosi) terhadap keputusan pelanggan berubah menjadi loyalitas pelanggan pada coldplay juice soji. *habitat*, 57-64.
- Putra, A. S. (2012). pengaruh retail marketing mix terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan konsumen sebagai pemoderasi. *JRMB*, 97-160.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran Ritel. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Freshmart Bahu Mall Manado*, 71-80.
- setiawan, p. y., fudholi, a., & satibi. (2016). pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan produk. *jurnal manajemen dan pelayanan farmasi*, 115-124.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Jakarta: Buku Seru.
- surya, A., & setyaningrum, A. (2009). analisis persepsi konsumen pada aplikasi bauran pemasaran serta hubungannya terhadap loyalitas konsumen (studi kasus pada hypermart cabang kelapa gading). *journal of business strategy and execution*, 13-39.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. yogyakarta: andi offset.
- Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran*. yogyakarta: penerbit andi.
- utami, c. w. (2006). *manajemen ritel*. jakarta: salemba empat.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.