

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Elrahman, A. E. H. (2023). Telecommunications service quality, customer satisfaction and customer loyalty in pandemic times. *Management Research Review*, 46(8), 1112–1131. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2021-0595>
- Agustin, A. N. S. (n.d.). Pengaruh marketing mix (7P) terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Burger King Merr Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Agustina, N. L. (2020). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi.
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis data penelitian kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Alven, M. S. I., & Khasanah, I. (2025). Pengaruh bauran pemasaran jasa pada kepuasan pelanggan JNE. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Wahana*, 11, 131–136.
- Alvira, N. D. (2023). Hubungan kualitas pelayanan PT Telkom provider Indihome KC Riau Kota Pekanbaru dengan kepuasan pelanggan perspektif ekonomi syariah. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Anggita, L., Eka, D., & Dewi, C. (2024). Perbandingan teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian tesis pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Journal of Social Science Research*, 4, 1187–1196.
- Angraini, N. (2023). Mengukur kepuasan pelanggan (Measuring customer satisfaction), 2(1), 1–14.
- Anshori, F. A., & Musahidah, U. (2025). Pengaruh bauran pemasaran (Marketing mix 7P) terhadap keputusan pembelian pada Mumtaz Laundry, 2(2), 170–185.
- April, V. N. (2023). Analisis strategi bauran pemasaran 4P di era 5.0 berbasis Maqashid Syariah, 6(1), 69–76.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ayuni, N., & Kristianto, A. H. (2025). Model marketing mix 7P dan pengaruhnya

- terhadap loyalitas konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 897–902.
<https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>
- Azmi, N. (2020). Tingkat pengetahuan masyarakat Kecamatan Sentajo Raya terhadap produk TabunganKu di Bank Syariah Indonesia KCP Kuansing A. Yani, 1094–1113.
- Bano, R., Elia, S., & Muinah, S. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen, 8(1), 206–211.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. Dalam J. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of Services* (hlm. 47–51). American Marketing Association.
- Budiasto, J., Dodi, Manullang, K. R., & S., L. A. (2025). Data analytics: Menjadi ahli dalam mengolah dan menganalisis data.
- Dan, S., Pada, C. S. I., & Arshaindo, U. D. (2022). Analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode, 5(2), 275–284.
- Darus, P., & Agung, U. D. (2022). Peran strategi komunikasi dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari bauran pemasaran, 60–73.
- Dian, R., Wardani, K., Soedarto, T., & Syah, M. A. (2024). Analysis of the influence of the 7P marketing mix on customer satisfaction of Bikla Coffee, Jember District, 4270.
- Dina, U. (2025). Implementasi marketing mix 7P: Studi kasus pada Klinik Universitas Brawijaya. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 7, 1–11. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/13313>
- Eissn, I., Saing, D., & Coffee, M. (2023). Strategi bauran pemasaran 7P menggunakan pendekatan analisis SWOT dalam upaya meningkatkan daya saing Mangata Coffee & Eatery, 21(1), 164–177.
<https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.460>
- Fajrin, T. R., & Aprianingsih, A. (2024). The influence of marketing mix (7Ps) to customer satisfaction, customer loyalty and customer retention at coffeshop, 12(3), 2645–2658.

- Firdaos, R. (2020). Metode pengembangan instrumen pengukur kecerdasan spiritual mahasiswa. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 11(2), 377. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v11i2.1782>
- Ginarti, S. A. (2021). Pengaruh people, process, dan physical evidence terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi SMP Negeri 46 Bandung.
- Haris, A. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 334–348.
- Hidayat, Y., Toyibah, E. H., Nurwahidah, I., & Ilyas, D. (2023). Manajemen pendidikan Islam, 6(2), 52–57.
- Hidayattullah, I., Fantasia, I. F., & Munir, M. (2024). Bauran pemasaran 7P pada restoran cepat saji KFC dan McD dalam konteks kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan dan Bisnis (JIKABI)*, 3(1), 50–62.
- Isnaini, M., Afgani, M. W., Haqqi, A., & Azhari, I. (2021). Teknik analisis data uji normalitas ANOVA, 4(2), 170.
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). Analisis korelasi Pearson dalam menentukan hubungan antara motivasi belajar dengan kemandirian belajar pada pembelajaran daring. *Jurnal Sintak*, 1(1), 14–18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Terjemahan Bob Sabran. Erlangga.
- Kusdiana, Y., & Yulita, R. (2024). Peran strategi bauran pemasaran (7P) terhadap kepuasan pelanggan. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 9–16.
- Mardiana, A., & Kasim, N. A. (2021). *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2).
- Mokoagow, M. M., Paputungan, S., & Makalalag, M. (2025). Penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Atikah Laundry Kotamobagu, 6(1), 27–36.
- Mustafa, P. S., & Masgumelar, N. K. (2022). Pengembangan instrumen penilaian sikap, pengetahuan, dan keterampilan dalam pendidikan jasmani. *Biormatika: Jurnal Ilmiah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 8(1), 31–49. <https://doi.org/10.35569/biormatika.v8i1.1093>
- Nafisatur, M. (2024). Metode pengumpulan data penelitian, 3(5), 5423–5443.

- Nanta, T. M., Noermijati, N., Rohman, F., & Hussein, A. S. (2025). The effect of digital touchpoint usage experience on customer loyalty mediated by digital engagement and customer satisfaction.
- Nasution, D. A., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh marketing mix (7P) terhadap kepuasan konsumen pada RD Cafe Kota Binjai, 17(1).
- Nilasari, N., Valentin, N., Asrori, M., & Nurhabib, F. (2025). Implementasi pemasaran pendidikan berbasis media digital di SMAN 3 Ponorogo, 15(1).
- Niswana. (2023). Analisis kualitas jaringan akses Indihome terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus: STO Antang).
- Pada, P., Rafi, L., & Tangerang, B. (2013). Jurnal Manajemen Bisnis, 10(2), 221–230.
- Pramesty, D. P., & Aqsa, M. (2022). The effect of the 7P marketing mix and service quality on customer satisfaction, 3(2).
- Pratiwi, D. (2023). Penerapan bauran pemasaran efektif dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan Islam di Ponorogo.
- Pujiyanto, E., Fahma, F., & Ayu, S. K. (2021). Improving the quality of Indihome complaints service using lean service method (Case study of Customer Care Plasa Telkom Solo). Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 6869. <https://doi.org/10.23917/jiti.v20i2.15571>
- Purnama, I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada PO. Titian Mas Cabang Bima, 4(2), 162–170.
- Putu, S. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel; Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 9, 2721–2731.
- Rahmadiza, R., Anggraini, N., Humaidi, E., & Noer, I. (n.d.). Bauran pemasaran produk (Marketing mix 7P) terhadap minat beli konsumen emping melinjo Karya Bunda, 2(2), 67–72.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data dan R&D. Aplikasi Metodologi Penelitian Kesehatan, 3(1), 127–149.
- Saputra, F., Lake, Y., & Taena, E. T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap

- kepuasan pelanggan telekomunikasi PT. Telkom Indonesia.
- Sari, R. (2021). Analisis bauran pemasaran (Marketing mix) pada Telor Asin UD, 2(1), 10–18.
- Sari, W. D. (2024). Landasan teori, kerangka berfikir, dan pengajuan hipotesis dalam penelitian kuantitatif, 2, 36–46.
- Setyowati, M. H., & Hasrun, A. (2025). Pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan penggunaan jasa pada Poplens Self Photo Studio, 90–106.
- Silaen, A. F. (2025). Analisis peran manajemen pemasaran dan strategi pemasaran terhadap loyalitas konsumen, 2(2), 3825–3830.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4P (product, price, promotion, place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122–141.
- Sudariana, N., & Yoedani. (2021). Multiple linear regression statistical analysis. *Seniman Transactions on Management and Business*, 2(2).
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syafitri, D. E. (2024). Analisis penerapan strategi bauran pemasaran pada bisnis agrowisata (Studi kasus CV. Empang Emak Niyah), 1(2), 191–219.
- Syarifuddin, et al. (2022). Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran (Maramis & Jouber, Eds.). CV. Istana Agency. https://repository.iain-manado.ac.id/544/1/Buku_Full_-_Sejarah_dan_Strategi_Pemasaran.pdf
- Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). Dasar metodologi penelitian: Teori, desain, dan analisis data.
- Wafira, S. H. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel di Kota Semarang. Universitas Islam Sultan Agung.
- Wijayanto, A. (2020). Perumusan hipotesis. Kompasiana.
- Wiratama, I. G. P. (2025). Implementasi strategi bauran pemasaran (Marketing mix 7P) pada Bali Glam's.
- Yamini, E. A. (2022). Pengaruh bauran pemasaran pada keputusan pembelian spontan, 1(4), 882–888.

- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi pemasaran dalam perspektif Islam, 8(1), 42–48.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementasi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan volume penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa pandemi Covid-19, 2(1), 299–314.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**