

## DAFTAR PUSTAKA

“Era New Normal, Tinggalkan Marketing Mix 4P, Gunakan 4C”,  
<https://www.kompasiana.com/krisbanarto5251/5ed202efd541df24235cd5f4/era-new-normal-tinggalkan-marketing-mix-4p-gunakan-4c?page=2>, diakses pada 20 Oktober 2021, pukul: 14.20 WIB.

A.Parera, Gregorius“ Pengaruh 4C (Customer Solution, Cost, Communication, Convenience) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Mahasiswa UKWMS Pada Warnet Legoz Di Kelurahan Keputran Surabaya”. *Skripsi, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2011.*

Al Aziz, Ahmad “Komunikasi Pemasaran Berbasis Islam Dalam Menarik Minat Wisatawan Pada Travel Pesona Pahawang di Bandar Lampung”. *Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, tt.*

Al Furqan, A. Hassan (*Tafsir Qur'an*), Surabaya: Al Ikhwan, 1986.

Ayu Permatasari, Debby “ Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang DiMediasi Variabel Kepuasan”. *Tesis, Program Studi Megister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.*

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.

Gunawan, Ce, *Mahir Menguasai SPSS, Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2019.

- Kevin Lane Keller, Philip Kotler, *Marketing Management*, Penerjemah Bob Sabran ( Jakarta: Erlangga, tt), cetakan ke-13.
- Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Rachmawati, Tine Silviana “Faktor 4P, 3P dan 4C Serta Aplikasinya Dalam Kegiatan Pemasaran Perpustakaan (Library Marketing)”, *BACA, Vol. 28, No. 1, Universitas Padjajaran, 2004.*
- Robert, Hutauruk, Martinus “Keterapan Bauran Pemasaran 4C pada Keputusan Konsumen untuk memilih Kafe Outdoor yang di Moderasi oleh Perilaku Konsumen dalam Situasi Pandemi Covid-19 ”, *Jurnal Riset Inossa, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Gama Mahakam Samarind, 2020.*
- Robert, Hutauruk, Martinus “Keterapan Bauran Pemasaran 4C pada Keputusan Konsumen untuk memilih Kafe Outdoor yang di Moderasi oleh Perilaku Konsumen dalam Situasi Pandemi Covid-19 ”, *Jurnal Riset Inossa, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Gama Mahakam Samarind, 2020*
- Saefudin, Akhmad “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” Ke “4C”, *Journal of Applied Business and Economics, Vol. 1, No. 1, Universitas Indraprasta PGRI, 2014.*
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2019, cetakan ke-27.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017. Cetakan ke-27.

Syakir, Sula. M, Hermawan Karta jaya, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan,2006.

Tanjung, Hendri, Didin Hafidudin, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003.

Tri Putra, Ade “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Peraturan umum Instalasi Listrik PT Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu”. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, tt.*