

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325.
- Anoraga, P. (2014). Manajemen Bisnis. Jakarta: Rineka Cipta
- Anggriani, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pt. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *Skripsi*.
- Ardiyanto, A. S. F., & 1, 2. (2017). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (7P) Yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha Umkm Dalam Pemilihan Pengajuan Kredit Pada Bank Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 7 (2).
- Arifka, N. (2021). *DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada Sambil Layah Arcawinangun) SKRIPSI*.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Principles of Marketing. 17th red. New York.
- Amin, R. M., & Rahayu, M. (2018). ANALISIS STRATEGI BERSAING MELALUI PENDEKATAN RESORCE BASED-VIEW GUNA MENCAPAI SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE (Studi Pada Desa Wisata Sanankerto). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-15.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases, 6th edition. New York: Pearson.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Cendani, T. P. (2017). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu (Studi Pada Glow Shoes Care). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Chairunnisa, A. T., Ernanda, M. D. B., Shiwan, D. S., Ardani, S. P., Rahayu, W. T., Septiyana, S., & Suwandi, S. (2021). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Aplikasi" ASCENT (Asian Cinema Net)" Aplikasi Penyedia Video onton Online. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (EMI)*, 3(1), 15-22.



- Catur, H. (2015). Analisis pengaruh Marketing Mix Terhadap Penjualan Keramik Pada Industri Keramik Kasongan Di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 120–136.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40.
- Golahit S B, S. P. D. M. C., & ABSTRACT. (2017). Incorporating 11 P ' S of Service Marketing Mix and Its Impact on the Development of Pt, M., & Sb, T.
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2).
- Kotler T., Philip & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, Sixteenth Edition. Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler Philip and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall.
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4, 1–17.
- Kementrian Keuangan, R. I. (2023). Transformasi Digital Untuk Masa Depan Ekonomi dan Bisnis Di Indonesia.
- Luenendonk, M. (2019, September 25). VRIO Framework Guide on Creating Sustainable Competitive Advantages. Retrieved from <https://www.cleverism.com/vrio-framework-guide-on-creating-sustainable-competitive-advantages/>.
- Masing, M., & Widyana, R. (2021). Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(03), 459-468.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Sourcebook* (3rd Edition). USA: Sage Publications. Terjemahan oleh [Name], [Name] ohindi.



Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nambisan, S., K. Lyytinen, A. Majchrzak, dan M. Song. 2017. Manajemen Inovasi Digital: Menemukan Kembali Penelitian Manajemen Inovasi di Dunia Ddigital. *MIS Triwulanan* 41 (1): 223–238.

Nurlisah. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lipaq Saqbe Mandar pada Malolo Group Kabupaten Polewali Mandar dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi--UIN Alauddin Makasar.

Nugroho, Y. W. (2023). DISRUPSI MEDIA FOTOGRAFI SEBAGAI GAYA HIDUP. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 7(1), 75-90.

Otero, Teresa. Rolán, Xabier. (2016). Understanding Digital Marketing Basics and Actions . David J.P. : Springer.

Rahma, R. F. (2019). *Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran (7P) Dengan Konsep Green Marketing di Kedai Kopi Kozi 7.0* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Ramdhani, R. S. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA LAYANAN APLIKASI GRAB DI MAKASSAR THE*.

Ricky Martjiono, Sylvi Pricillia Santoso, Adriana Aprilia, M. R. (2014). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di RumahMakan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing, Surabaya*, 484–494.

Schiffer, B., Krueger, T., Paul, T., de Greiff, A., Forsting, M., Leygraf, N., & Gizewski, E. (2008). Brain response to visual sexual stimuli in homosexual pedophiles. *Journal of Psychiatry and Neuroscience*, 33(1), 23-33.

Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. 1(3), 1–80.



Sule, E. T., & Saefullah, K. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Schwab, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.

Tanjung, I. (2021). Analysis of the effect of marketing mix 7p on purchase decisions at sentra snack stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125-133.

Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(1), 299-314.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Wawancara

Wawancara Terhadap Owner/Crew

1. Bagaimana produk yang ditawarkan perusahaan photomatics berbeda dari pesaingnya?
2. Apakah ada tantangan khusus dalam mengelola kualitas produk atau menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar?
3. Bagaimana proses penetapan harga dilakukan dalam perusahaan photomatics?
4. Apakah ada hambatan dalam menetapkan harga yang sesuai dengan nilai produk?
5. Bagaimana strategi distribusi Perusahaan photomatics berjalan?
6. Apakah ada kendala dalam mengatur distribusi produk ke pasar atau dalam manajemen rantai pasokan?
7. Bagaimana upaya promosi dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk?
8. Apakah ada kesulitan dalam mengukur efektivitas promosi atau menjangkau target pasar dengan pesan yang tepat?
9. Bagaimana proses pelayanan pelanggan di perusahaan Photomatics?
10. Bagaimana peran karyawan dalam strategi pemasaran perusahaan photomatics?
11. Apakah ada tantangan dalam melatih atau memotivasi karyawan untuk menerapkan strategi pemasaran dengan efektif?
12. Bagaimana perusahaan photomatics mengelola aspek fisik dari pengalaman pelanggan, seperti toko fisik atau sosial media?



Wawancara Konsumen *Photomatics* Cabang Makassar

1. Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas produk *Photomatics* Cabang Makassar dibandingkan dengan pesaingnya?
2. Apakah Anda merasa bahwa variasi produk yang ditawarkan oleh *Photomatics* Cabang Makassar memenuhi kebutuhan Anda?
3. Seberapa kompetitif menurut Anda harga yang ditawarkan oleh *Photomatics* Cabang Makassar dibandingkan dengan produk serupa dari pesaing?
4. Apakah Anda cenderung memilih *Photomatics* Cabang Makassar karena harga yang lebih terjangkau atau nilai tambah yang diberikan?
5. Seberapa mudah bagi Anda untuk menemukan dan mengakses layanan *Photomatics* Cabang Makassar di kota Makassar?
6. Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan distribusi foto *Photomatics* Cabang Makassar di area tempat Anda tinggal?
7. Seberapa sering Anda melihat iklan atau promosi *Photomatics* Cabang Makassar di media sosial atau platform online lainnya?
8. Bagaimana pengalaman Anda dalam menggunakan layanan foto *Photomatics* Cabang Makassar, dari proses pemesanan hingga pengambilan foto?
9. Seberapa ramah dan membantu karyawan *Photomatics* Cabang Makassar dalam membantu Anda menggunakan layanan foto ?
10. Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas dan kebersihan foto dan lingkungan sekitar di *Photomatics* Cabang Makassar?



Lampiran 2. Dokumentasi

Sesi Wawancara



Photomatics Cabang Makassar



BIODATA

Identitas Diri

Nama : Muh. Asbar
Tempat, Tanggal Lahir : Dante Koa, 12 Februari 2000
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Rumah : Jl. Bonto Duri VI Lorong IX No.16 C
No. HP : 082321255952
Alamat E-mail : asbarmuhammad776@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

Tamat SD tahun 2012 di SDN 82 Dante Koa
Tamat MTS tahun 2015 di MTS Guppi Dante Koa
Tamat MA tahun 2018 di MA Muhammadiyah Malua
Sarjana (S1) tahun 2022 di Universitas Muhammadiyah Makassar
Magister (S2) tahun 2024 di Universitas Hasanuddin

Karya Ilmiah/Artikel yang telah dipublikasikan

- **Pengaruh Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store**
- **Pergeseran Nilai-Nilai Budaya To Bissu Dalam Kehidupan Sosial di Kecamatan Segeri Kabupaten Pangkep**
- **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, LOCATION ON PURCHASING DECISIONS (Consumer Studies RM. Coto Makassar 3 & Seafood in Takalar County)**

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 19 Juni 2024

Muh. Asbar

