

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amrullah & Cantika, S, B. (2014). *Manajemen Startejik*, Yogyakarta: Graha Mada.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bari, A., Rahmah, Fitriani, Solikhah, F., Hotim, & Rohmah, H. (2022). Strategi Pemasaran Semen Indonesia Sig Untuk Mempertahankan Market Share Semen Dag Di Jawa Timur. The 3rd *ICO EDUSHA 2022: International Conference on Education and Sharia Economics*, 3(1), 1-10.
- Creswell, J. W. (2015). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Sage publications.
- David, F. R. (2016). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson Education.
- Elliott, R. (2016). *Strategic Marketing Planning: A Practitioner's Guide*. Kogan Page Publishers.
- Gitosudarmo, I. (2019). Strategi Pemasaran Produk Baru di Era Digital. *Jurnal Manajemen Strategis*, 18(2), 107-122.
- Handayani, D. (2015). *Pemasaran Berkelanjutan: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ismail, M., Haeruddin, M.I.W., Mustafa, F., Khatmi, M.N. (2023). The Effect of the Four Marketing Mix Factors on Customer Loyalty (Case Study: Consumers of Boots Cafe Makassar. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(6), 1-11.
- Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L, K. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A., Brasit, N., & Sudirman, I. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Managerial, Faktor Lingkungan, Kultur Organisasi dan Perencanaan Strategis Terhadap Keunggulan Bersaing PT Semen Tonasa. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 7(1), 1-14.



W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2016). *Marketing (12th ed.)*. Cengage Learning.

- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Maritza, T. A., & Azizah, N. (2024). Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Keunggulan Produk PT Semen Indonesia (PERSERO) TBK. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6(1), 1-12.
- Marwa, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Handphone di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Semarang*, 11(1), 1-14.
- Miles, Matthew B. and Huberman, Micahel A. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Murdiyanto, P. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mustafa, M., Sudiro, A., Sumiati, Sunaryo. (2022). Customer Satisfaction as Mediation Between Service Quality and Customer Citizenship Behavior for 4-Star Hotel Customers in Makassar, Indonesia. *Webology*, 19(2), 3748-3775.
- Oktaviani, R., & Djatmiko, T. (2023). Pengaruh Model Pemasaran Berkelanjutan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret*, 25(1), 55-68.
- Putri, A. L. R., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Citra Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk PT.Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Administrative and Sosial Science (JASS)*, 5(1), 198-204.
- Porter, M. E. (2020). *Membangun Keunggulan Kompetitif: Strategi dan Taktik untuk Menciptakan dan Mempertahankan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Raharja, P. (2016). *Pemasaran Hijau: Strategi Pemasaran untuk Era Berkelanjutan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Said, M. (2022). Strategi Marketing Mix Terhadap Tingkat Penjualan Semen (Studi Kasus PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep). *Indonesian Journal of Business and Management (IJBm)*, 5(1), 166-172.
- Sari, D. P., & Susilowati, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Produk Smartphone di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Brawijaya*, 15(1), 1-14.



- Shinta, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Pertiwi*, 13(2), 123-134.
- Solehati, A., Mustafa, F., Hendrayani, E., Setyawati, K., Kusnadi, IH., Suyoto YT. (2022). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Kasus Pelanggan Gerai Ritel Kopi di DKI Jakarta). *Publisher Departement of Pancasila and Citizenship Education*, 6(2), 5145 – 5147.
- Sriyanti, A. H. Dewi, Payangan., Otto R., Mustafa, Fahrina. (2023). The Influence of Store Atmosphere, Service Quality, And Product Variance on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Marinor Cafe In Makassar City. *Economic and Business Journal (ECBIS)*, 1(5), 763-772.
- Sudirjo, F., Kushariyadi, Mustafa, F., Osman, I., & Henri Kusnadi, I. (2024). Analysis of The Effectiveness of Integrated Customer Relationship Management Strategy Implementation on Loyalty of National Logistics Company Customers. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6(1), 223-228.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suryadi, A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Merek Samsung di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Semarang*, 11(1), 15-26.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Yusuf, A. M. (2004). *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

