

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Permata Surya. (2018). Customer Loyalty From Perspective of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction A Study from Grab – Online Transportation in Era of Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 9, No. 3, Oktober 2019 Surya 394 – 406 ISSN : 2088-1231 E-ISSN: 2460-5328 DOI: [dx.doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.001](https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.001)
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Aisyah. 2016. Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 3, Agustus 2016
- Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan, (2016) *Warta Pengkajian Perdagangan*, Volume III. No. 12, Tahun 2016
- Cahyono, Puguh. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* Volume I No.02, Februari 2016 ISSN : 2502-3780.
- Citra, T., & Santoso, S., B., (2016), Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan *Continuous Form* Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 13 (2016) Juni 67-79.
- Ganiyu, e. a. (2012). Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty? *Australian Journal of Business and Management Research*, Vol.2 (No.07 ), [14-20].
- Gillespie. (2007). *Foundations of Economics – Additional chapter on the Business Strategy, PESTLE analysis of the macro-environment*, Oxford University Press
- Hudaya, A., (2020), Analisa Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kembali Pada *Private Label*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 6, No. 01, Maret 2020 59-76

- Indriyani, Eka. (2017), Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (2).
- Keller, K., (2013), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Global Fourth Edition*, England: Pearson Education Limited.
- Kotler P., & Keller KL., (2012), *Marketing Management: Edition 14*, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler Philip. 2006, *Marketing Management Millenium*, Edition Prentice Hall International New Jersey.
- Kotler Philip and Keller, 2009, *Marketing : An Introduction*, Fourth Ed, Prentice Hall, Canada.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006), Prinsip-prinsip Pemasaran (Bob Sabran, Penerjemah), Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong Gery. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT.Malanan Jaya Cermelang.
- Kussuma, P., Surachman, A., & Tanuatmodjo, H., (2016), Dampak Tingkat Profitabilitas Dan Nilai Pasar Pada Pergerakan Harga Saham PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk, *Journal of Business Management Education* Volume 1, Number 2, August 2016, 97-103.
- Laporan Keuangan Kuartal 1 2020 PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk., (2020), 10 Desember 2020 [https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financial-statements/INKP/2020/1Q\\_2020\\_INKP\\_Indah+Kiat+Pulp+%26+Paper+Tbk.pdf](https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financial-statements/INKP/2020/1Q_2020_INKP_Indah+Kiat+Pulp+%26+Paper+Tbk.pdf)
- Laporan Keuangan Kuartal 2 2020 PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk., (2020), 10 Desember 2020 <https://emiten.kontan.co.id/download/0yNO88f8HJEWI-Wi1KmgYxy9M0R8iEbAdN091xHFWXo>
- Laporan Keuangan Kuartal 3 2020 PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk., (2020), 10 Desember 2020 [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate\\_Actions/New\\_Info\\_JSX/Jenis\\_Informasi/01\\_Laporan\\_Kuangan/02\\_Soft\\_Copy\\_Laporan\\_Kuangan//Laporan%20Keuangan%20Tahun%202020/](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Kuangan/02_Soft_Copy_Laporan_Kuangan//Laporan%20Keuangan%20Tahun%202020/)

TW3/INKP/IKPP%20Report-  
Bilingual%2030%20September%202020.pdf

- Laporan Tahunan - *Annual Report* 2019 PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, (2019),  
10 Desember 2020  
[https://asiapulppaper.com/documents/20123/150293/INKP+-  
+Annual+Report+2019.pdf/](https://asiapulppaper.com/documents/20123/150293/INKP+-+Annual+Report+2019.pdf/)
- Lembaga Pengembangan Bisnis dan Inkubasi Universitas Airlangga, (2018),  
Analisa Rantai Pasok (*Supply Chain*) Komoditas Unggulan Ekspor  
Indonesia : Pulp & Kertas.
- Lovelock, Wirtz. (2011). *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*.  
Pearson Education Limited. England
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era  
Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Maleki, S., Aghdaie, SFA., Shahin A., & Ansari, A., (2020), *Investigating the  
Relationship Among the Kansei-Based Design of Chocolate Packaging,  
Consumer Perception, and Willingness To Buy*, *Journal Of Marketing  
Communications* 2020, Vol. 26, No. 8, 836–855,  
<https://Doi.Org/10.1080/13527266.2019.1590855>.
- Meliana, Y., & Simanjuntak, S., (2012), Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli  
Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten  
Tangerang, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 2,  
September 2012: 164-172.
- Noor, Syamsudin. 2014. Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi  
Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada Pt. Astra  
International Tbk. – Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*, Tahun XIV,  
No. 2, Nopember 2014 : 102 – 209.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi  
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.  
*Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. doi:10.22441/mix.2018.v8i1.006
- Nuraini, Aji, ST., & Anah, L., (2020), Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk  
Terhadap Minat Beli Kerudung Rabbani (Studi Kasus Pada Pondok

- Pesantren Putri Waisongo Cukir Jombang), *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 6, No. 02, Juni 2020 165-173
- Pardede, R., & Haryadi, TY., (2017), Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen, *Journal of Business & Applied Management* Vol. 10 No. 1 55-79.
- Qalati SA, Yuan LW, Iqbal S, Hussain RY, & Ali S., (2019), *Impact of Price on Customer Satisfaction; mediating role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector. Journal of Research* 6: 150-165. <https://journals.pen2print.org/index.php/ijr/>.
- Rangkuti, F., (2005), *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rastogi, N and Trivedi, M.K. (2016). Technique – A Tool To Identify External Risks In Construction Projects *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)* e-ISSN: 2395-0056 Volume: 03 Issue: 01 Jan-2016 [www.irjet.net](http://www.irjet.net) p-ISSN: 2395-0072
- Retnowati, N., D., (2011), Analisis CSF, SWOT dan TOWS Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten, *Jurnal Buana Informatika*, Volume 2, Nomor 1, Januari 2011: 31-37.
- Rice, A., (2016), Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* Volume 6, Nomor 01, April 2016 86-101.
- Sari, V., A., (2017), Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro, *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration* 2017.
- Sekaran, U., (2006), *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Setyorini, H., Effendi, M., dan Santoso, I. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri* Volume 5 Nomor 1: 46-53.

- Shinta, A., (2011), *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press.
- Sidharta, RBFI., Sari, NLA., & Suwandha, W., (2018), *Purchase Intention* Pada Produk Bank Syariah Ditinjau dari Brand Awareness dan Brand Image dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 8, No. 3, Oktober 2018 562-678.
- Siyoto, S., & Sodik, A., (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stephani, SB., & Nashar, M., (2020), Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Jakmall, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 6, No. 1, Maret 2020 125-144.
- Suryana, P., & Dasuki, E., S., (2013), Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang, *Trikonomika* Volume 12, No. 2, Desember 2013, Hal. 190–200.
- Susanti, V., Sumarwan, U., Simanjuntak, M., & Yusuf, E., (2019), Pengaruh Perceived Brand Quality, Perceived Value dan Switching Cost Terhadap Customer Satisfaction dan Brand Loyalty: Studi Pasar Industri Kimia di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 9, No. 2, Juni 2019 282-297.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi.
- Yudaruddin, R. (2019), *Forecasting: Untuk Kegiatan Ekonomi dan Bisnis*, Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Zia, HK., Semiarty, R., dan Lita, RP. Analisis SWOT Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah Padang. *Jurnal Kesehatan Andalas*. 2018; 7 (Supplement 4).