

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, A. and Susanti, F. (2018). <sup>74</sup> *Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars F ... .. g Padang* . 1–13. <https://doi.org/doi:10.31227/osf.io/upgc3>
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* ,1 (2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Gronross, C. (2020). Viewpoint: Service Marketing Research Priorities. *Journal of Service Marketing* , 291–298. <https://doi.org/doi:10.1108/JSM-082019-0306>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan loyalitas Konsumen* . Jakarta: Erlangga.
- Isoraite, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah* ,4(6) , 25–37.
- Kolter, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kolter, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen.T. (2019). *Marketing Manajemen* . Singapore: Pearson Education.
- Lahtinen, V., Dietrich, T. and Rundle-Thiele, S. (2020). Long Live the Marketing Mix. Testing the effectiveness of the Commercial Marketing Mix in a Social Marketing Context. *Journal of Social Marketing* , 357–375. <https://doi.org/doi:10.1108/JSOCM-10-2018-0122>
- Littlejohn, S. W. & K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika (ed.)).
- Littlejohn,S.W., & Foss, K. . (2018). *Teori Komunikasi* . Jakarta: Salemba humanika.
- Moleong.Lexy J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran* ,3 (1), 6–15.

Pogorelove, E.V, Y., & Anna, N. (n.d.). *Marketing Mix for E-commerce*. 11(14), 6744–6759.

Solimun, S. and Fernandes, A. A. R. (2018). The Mediation Effect of Customer Satisfaction in the Relationship between Service Quality, Service Orientation, and Marketing Mix Strategy to Customer Loyalty. *Journal of Management Development*, 76–78.

Umezal, G.E., O. S. . (2015). *Marketing Mix Strategies and Entrepreneuria; Competence: Evidence From micro Restaurns in Calabar Metropolitan, Cross River State, Nigeria*. Milano.

Widyartati, P., & Umkm, P. L. (2017). *Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba umkm*. 20, 343–347.

## JURNAL

Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1 (2), 83–96

Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, 3 (1), 6–15.

Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1 (2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>

Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, 3 (1), 6–15.

## WEBSITE

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/J%26T\\_Express#:~:text=J%26T%20Express%20merupakan%20sebuah%20perusahaan,umumnya%20bergerak%20di%20bidang%20ekspe disi.&text=Pada%20tahun%202018%2C%20J%26T%20telah,otomatis%20di%20Sema rang%20dan%20Surabaya.](https://id.m.wikipedia.org/wiki/J%26T_Express#:~:text=J%26T%20Express%20merupakan%20sebuah%20perusahaan,umumnya%20bergerak%20di%20bidang%20ekspe disi.&text=Pada%20tahun%202018%2C%20J%26T%20telah,otomatis%20di%20Sema rang%20dan%20Surabaya.)

<https://www.kompasiana.com/sepriyani/5de9b3dcd541df105114fb32/fitur-aplikasi-j-t-express-dalam-upaya-meningkatkan-pelayanan-pengiriman-barang?page=all>



**Wawancara bersama informan 1  
(Rachmat Rezha Selaku Supervisor J&T Express)**



**Wawancara Bersama Informan 2  
(Ari Wijaya Selaku Admin J&T Express di Cabang Baturaja)**



**Wawancara  
Bersama  
Informan ke  
3  
(Angga  
Putra  
Selaku  
Sprinter J&T  
Cabang**

**Baturaja)**



**Wawancara Bersama Informan ke 4  
(Chika Pratiwi Selaku Pelanggan J&T Express Baturaja)**



**Wawancara Bersama Informan 5 (Bagus Mihargo Selaku  
Pelanggan J&T Express Baturaja)**



