

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (Cetakan ke-12). Alfabeta.
- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services—Growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 236–245.
- Budiyanto, A. (2016). *Pengantar administrasi bisnis*. Penerbit Erlangga.
- Durianto, D. (2013). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fairhurst, G. T. (2015). *The power of framing: Creating the language of leadership*. Jossey-Bass.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penelitian skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (Edisi ke-5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, T. (2022). Strategi komunikasi pemasaran sektor informal dalam mempertahankan pelanggan. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Ritel Konvensional*, 4(2), 115–128.
- Hidayat, R. (2025). Dinamika adaptasi komunikasi pedagang kaki lima di area publik Kota Bandung. *Jurnal Sosio-Kultural Perkotaan*, 7(1), 45–59.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi bisnis: Konsep dan aplikasi*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, S. (2023). Efektivitas bauran promosi konvensional pada UMKM retail fashion. *Jurnal Administrasi Bisnis dan UMKM*, 5(3), 201–214.
- Marliani, R. (2018). *Dasar-dasar administrasi*. Pustaka Setia.
- Maxmanroe. (2018). Pengertian administrasi niaga/bisnis, ciri-ciri, ruang lingkup, contoh. <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi-bisnis.html>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Mueller, T. S. (2020). Consumer-brand relationships: The impact of verbal politeness and dialect in traditional marketplace contexts. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(7), 712–729.
- Ningsih, S. (2014). Pengaruh experiential marketing terhadap elemen minat beli eksploratif konsumen. *Jurnal Riset Perilaku Konsumen*, 2(1), 74–89.

- Pratama, A. (2024). Seni komunikasi persuasif sales lapangan dalam menangani penolakan. *Jurnal Manajemen Salesmanship*, 6(1), 88–102.
- Rahmawati, E. (2021). Analisis kualitatif penjualan tatap muka pedagang di pasar tradisional. *Jurnal Riset Pemasaran Sektor Informal*, 3(4), 32–45.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Sudiantini, D., & Hadita. (2022). Analisis konseptual strategi bertahap korporasi berdasarkan pandangan kebutuhan pelanggan masa depan (Teori Hamel & Prahalad). *Jurnal Kajian Manajemen Ekonomi*, 10(2), 143–156.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2018). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction* (Edisi ke-4). Penerbit Andi.
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen strategi: Buku ajar perkuliahan bagi mahasiswa*. Widya Gama Press.