

DAFTAR PUSTAKA

Badan Standarisasi Nasional, 1994, *Standar Mutu Sabun Mandi*, SNI 06-3532-1994, Dewan Standarisasi Nasional, Jakarta,

Bakos, J. Y., 1991, *A Strategic Analysis of Electronic Marketplaces*, MIS quarterly, 295-310.

Cavitch, S. M., 2010, *The Soapmaker's Companion: A Comprehensive Guide with Recipes, Techniques & Know-how*, Storey Publishing.

Chaffey, D., & Smith, P. R., 2017, *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*, Routledge.

Direktorat Jenderal Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan, 2009, *Revisi Pedoman Periklanan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga*, Departemen Kesehatan Republik Indonesia.

Dewan Periklanan Indonesia, 2014, *Etika Pariwara Indonesia*, Edisi 2., Jakarta, Dewan Periklanan Indonesia.

Dwijayanto, A., & Widodo, A., 2020, Pengaruh Bauran 8P Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Kenangan Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).

F. Fitria Rismawati, S. Wahyuni, and J. Widodo, "Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Larissa Aesthetic Center Cabang Jember," J. Pendidik. Ekon. J. Ilm. Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekon. dan Ilmu Sos., vol. 13, no. 2, p. 68, 2019, doi: 10.19184/jpe.v13i2.10793.)

FIRMANSYAH, N. T. (2015). *PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI, BINTANG IKLAN, CITRA MEREK SABUN LUX TERHADAP NIAT PEMBELIAN*

SURABAYA).

Gupta,S. (1988), Impact of sales promotion when, what and how much to buy.

Journal of Marketing Research, Diakses pada 11 September 2022.

Handayani *et al.*, 2021, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Sabun Merk Biore pada PT Pulau Indah Jaya Banjarmasin, *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin.*

Harnawi, T., 2004, Studi Pembuatan Sabun Cair dengan Bahan Baku Minyak Goreng Hasil Reproseeing, *Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.*

R. Kasali, Membidik Pasar Indonesia Segmenting, Targeting dan Positioning. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Kementerian Kesehatan RI, 2013, *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2013 Tentang Iklan Alat Kesehatan dan Perbekalan Rumah Tangga*, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Kementerian Kesehatan RI., 2017, *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 62 Tahun 2017 tentang Izin Edar Alat Kesehatan, Alat Kesehatan Diagnostik In Vitro dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga*. Kementerian Kesehatan RI.

Kementerian Kesehatan RI, 2018, *Pedoman Tata Cara Pemberian Persetujuan Iklan Alkes, Alkes Diagnostik In Vitro dan PKRT*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

dan Dunia Triwulan III Tahun 2020, Edisi IV, Kementerian

PPN/Bappenas Republik Indonesia.

Kenneth C. Laudon; Jane P. Laudon., 2000, *Management Information Systems, Organization and Technology in The Networked Enterprise*, Prentice-Hall, New Jersey, USA,

Kotler, P. and Armstrong, G. (1989), *Principles of Marketing*. Fourth Edition. Prince Hall. pp. 118, 303-305

_____. 2004, *Marketing Management*. Edisi Milenium. Jakarta : Prenhallindo.

_____. 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Indeks.

_____. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Indeks Media Group.

_____. 2006, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* edisi ketiga belas jilid 2. Jakarta. Erlangga.

Kotler, P., 2011, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, Jakarta, Salemba Empat.

Kushwaha, G. S., & Agrawal, S. R. (2015). An Indian customer surrounding 7Ps of service marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 85– 95.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.10.006>

Sabun Mandi Lifebuoy Di Kota Manado, *Jurnal EMBA, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

Machek, I. O., & Machek, I. M. (2010). 'Global Strategy of L'Oréal Professional Products Division', University of Economics in Prague, pp. 136–150.

Nazir, M., 2011. *Metode Penelitian*, Cetakan 6, Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia.

Neuman, W. L., 2014, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Allyn and Bacon.

Nirwana.2004. Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa. Malang: Dioma.

Panil, Z., 2008, *Memahami Teori dan Praktik Biokimia Dasar Medis*, Jakarta, EGC.

Pedan, A., & Wu, H. (2011). Asymmetric responsiveness of physician prescription behavior to drug promotion of competitive brands within an established therapeutic drug class. *Health Marketing Quarterly*, 28(2), 133-154.

Pratiwi, M., 2019, Analisis E-Marketing pada E-Commerce Hijup, Skripsi, Universitas Islam Nasional Syarif Hidayatullah.

Pogorelova, E., Yakhneeva, I., Agafonova, A., & Prokubovskaya, A., 2016, Marketing Mix for E-commerce. *International Journal Of Environmental & Science Education*, 11(14), 6744-6759.

Purwanto, A., 2009, Analisis Kesesuaian Iklan Produk Kosmetik Dengan Kepmenkes RI No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994 Pada Lima Media Cetak

Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Saiman, L., 2014, *Kewirausahaan*, Edisi Kedua, Jakarta, PT. Salemba Empat.
- Secioria, R., 2011, *Analisis Strategi Pemasaran Sabun Lux*, Tesis, Universitas Gadjah Mada.
- Setiadi, N. J., 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, DKI Jakarta, Kencana.
- Sugiyono., 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, CV. Alfabeta.
- Stefanus, N., 2017, *Penjualan Obat Online Vs Apotek Online VS Marketplace Farmasi*.
- Sutopo, & Fardiani, A. N., 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery dan Cafe Pandanaran*, Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Sunyoto, Danang 2014, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Terence A, Shimp. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid I*. Jakarta. Erlangga.

Yogyakarta, Skripsi, Universitas Sanata Dharma.

Umar, H., 2001, *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelan Hunger*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

Wang, G. (2022, March). The Application of 7P Analysis Model in the Market Strategy-Taking the Beauty Industry as an Example. In *2022 7th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2022)* (pp. 1620-1624). Atlantis Press.

Yarimoglu, E. K. (2014). A review on dimensions of service quality models. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 73–93.

Zevi, I., 2018, Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk PT. Proderma Sukses Mandiri, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.