

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrina, E., dan Yulianto, A. (2018). Interpretive Structural Model of Key Performance Indicators for Sustainable Maintenance Evaluation in Rubber Industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. doi:10.1088/1757-899X/319/1/012055
- Arsiwi, P., & Adi, P. W. (2020, April). Interpretive Structural Modelling Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*, XIV(1), 23-26.
- Bagaskara, K. R., dkk (2021). Strategi Word of Mouth Produk Sinom-Vac: Pembicara, Topik, Alat, Partisipasi dan Pengawasan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 27-34.
- Budi, S., dan Pakkanna, M. (2020). Pengembangan Strategi Peningkatan Jumlah Pengunjung dan Konsumen Kantin ITB Ahmad Dahlan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 99-114. Retrieved from ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ
- Buttle, F. A. (1998). Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing. *Journal Of Strategic Marketing* 6, 241–254. doi:10.1080/096525498346658
- Daniel, D. C. (2018). Effects of Marketing Strategies on Organizational Performance. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 3(9), 1-9.
- Effendy, M. L., Saril, M. I., dan Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(2), 107-116.
- Ekalista, P., dan Hardianto, W. T. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 20-26. doi:10.33366/jkn.v1i1.6

- Felicia, F., dan Meisyaroh, S. (2020). Efektivitas Word of Mouth Terhadap Brand Awareness “Batik Keris”. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, VIII(1).
- Grossberg, K. A. (2016). The new marketing solutions that will drive strategy implementation. *Strategy & Leadership*, 44(3), 20-26. doi:10.1108/SL-04-2016-0018
- Hada, M., Grewal, R., dan Lilien, G. L. (2010). Referral Equity and Referral Management: The Supplier Firm’S Perspective. doi:10.1108/S1548-6435(2010)0000007008
- Halim, E. C., Andi, dan Rahardjo, J. (2021, April 1). Aplikasi Interpretive Structural Modeling Pada Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Proyek Konstruksi Di Surabaya. *Dimensi Utama Teknik Sipil*, 8(1), 60-77. doi:10.9744/duts.8.1.60-77
- Herita, R., Bakkareng, dan Yulistia. (2021). Analisa Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Lembaga Pendidikan Ganesha Operation di Kota Solok. *Jurnal Matua*, 3(3), 523-538.
- Ibrahim, F., dkk (2021). Analysis of Marketing Strategy at Setia Stores Using AHP, Clustering, and AR-MBA Method. *International Journal of Industrial Optimization*, 2(2), 125-140.
- Indriani, F. (2006). Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI*, 3(1), 28.
- Jayalakshmi.B, dan Pramod.V.R. (2013). Interpretive Structural Modeling of the Prospects of Ict Enabled Process Control in the Industry. *IOSR Journal of Computer Engineering (IOSR-JCE)*, 11(2), 57-63.
- Jesslyn, B. N., dan Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Prologia*, 3(2).
- Lim, M. K., dkk (2017). Knowledge management in sustainable supply chain management: Improving performance through an interpretive structural modelling. *Journal of Cleaner Production*(162), 806-816. doi:10.1016/j.jclepro.2017.06.056

- Luu, D., dan Sebisubi, M. L. (2016). *A Study of the Customers Perspective of a Non-Reward Referral Marketing*. University of Gävle.
- Manurung, G. (2018). "Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Survei Pada Mahasiswa Stie Sultan Agung Semester VI Tahun Akademik 2016/2017). *Jurnal MAKER*, 4(2), 29-39.
- Müller, A. (2018). Referral Marketing on Social Media Platforms—Guidelines on How Businesses Can Identify and Successfully Integrate Opinion Leaders in Their Online Marketing Strategy. doi:10.1007/978-3-658-21450-0\_7
- Munthafa, A. E., dan Mubarak, H. (2017). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. *Jurnal Siliwangi*, 3(2).
- Natalia, C., dkk (2020). Integrated ISM-ANP Method for Supplier Selection Criteria Analysis: A Case Study of Construction Company. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*. doi:10.1088/1757-899X/847/1/012053.
- Padmowati, R. d. (2009). Pengukuran Index Konsistensi dalam Proses Pengambilan Keputusan Menggunakan AHP. *Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009)*.
- Permata, E. G., dkk (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot dan Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi dan Industri (SNTIKI) 11*, 609-616.
- Poernamawati, D. E. (2018). Analisis Dimensi Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata di Malang Raya. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(2), 127-137.
- Purnomo, dkk (2022). Model Determination Criteria for Sustainable Manufacturing in SMEs using ISM. *Italienisch*, 2(2), 612-619.

- Putra, B. M., dan Destiwati, R. (2020). Penerapan Strategi Word of Mouth MRD Production dalam Mendapatkan Konsumen. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 7259.
- Putri, E. L., dan Sinaga, B. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Strategi Pemasaran Barang dengan Metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika (JIKI)*, 2(1), 25-36.
- Rachmawati, E. R., dkk (2021). Influence of Marketing Mix Strategy on Business Arena Corner. *International Journal of Research and Review*(8). doi:10.52403/ijrr.20210812
- Rifaldi, M., Sumargo, B., dan Zid, M. (2021). Penerapan Metode Interpretative Structural Modeling (ISM) Dalam Menyusun Strategi Pengelolaan Sampah (Studi Kasus di Kabupaten Bekasi). 2(1).
- Rudawska, E. (2019). Sustainable Marketing Strategy in Food and Drink Industry: a Comparative Snalysis of B2B and B2C SMEs Operating in Europe. *Journal of Business & Industrial Marketing*. doi:10.1108/JBIM-05-2018-0171
- Saaty, T. L. (2004). Fundamentals of The Analytic Network Process – Dependence And Feedback in Decision-Making with a Single Network. *Journal of Systems Science and Systems Engineering*, 13(2). doi:10.1007/s11518-006-0158-y
- Santoso, N. A., dan Redaputri, A. P. (2021). Strategi Pengambilan Keputusan Komunikasi Pemasaran Eternal.Lab Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(2), 148-157.
- Saputra, M. I., dan Nugraha, N. (2020). Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) (Studi Kasus: Penentuan Internet Service Provider di Lingkungan Jaringan Rumah). *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Rekayasa*, 25(3).
- Sari, N., Saputra, M., dan Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1), 96-106.

- Shabrina, N., dan Bakkareng. (2020). Analisis Swot Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen di Lazada Express Padang. *Jurnal Matua*, 2(4), 393-410.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutignya, T. C., Kusriani, N., & Gafur, S. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pasokan Minyak Goreng Bekas Rumah Makan Menggunakan ISM (Interpretive Structure Modelling) dan MICMAC (Cross-Impact Matrix Multiplication Applied to The Classification). *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 7(2), 116-128.
- Ugbah, S. D., dan Evuleocha, S. U. (2007). Referral Marketing Networks: Description, Utility, and Managerial Implications. *Proceedings of the Academy of Marketing Studies, Volume 12, Number 1, 12(1)*, 51-55.
- Xiao, L. (2018). Analyzing consumer online group buying motivations: An interpretive structural modeling approach. *Telematics and Informatics*. doi:10.1016/j.tele.2018.01.010
- Yuksel, I., & Dagdeviren, M. (2007). Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis – A case study for a textile firm. *Information Sciences*, 177(16), 3364–3382. doi:10.1016/j.ins.2007.01.001.