

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, R.T., (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1.
- Arif, M. (2022). Strategi Marketing Mix 7P Clean Clong Shoes Laundry Di Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Youth Communication Day*. Vol.1 No.1.
- Arisandy, Y. & Satriawan, R., (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *AL-INTAJ* Vol. 4, No. 1.
- Assauri, Sofjan. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Daryanto, L. H. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5 (5).
- Dwi, C.W., Ayu. F.K., Sari, N.D., Mayrenda, N., (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*. Volume 23 No.2.
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4 (2), 122–136.
- Fatihudin & Firmansyah (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish
- Grace, M.H., Ahmad, S.I., Heri, E., Nurjaya, Denok S. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books
- Harmayanto, Islamiah, F., Dinda, R.J. (2019) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Jurnal GPJER*, Vol 1 No 1
- Idayanti, D., Yanti, I.M. (2022) Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol 1, No 1
- Izzaty, W. & Imsar (2022). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Halal Network International (Studi Kasus Masyarakat Desa Harapan Makmur Selatan). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* Vol. 9 No. 3

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ke-7. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T., (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Marendra, I.G., (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart atau Indomaret). *Jurnal Pemasaran KOMPETITIF*. 1(3).
- Mendrofa, R.T, Elhan, N.G, Putri, F.D.Z.,, (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA* Vol. 10 No.4
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi* Vol. 08 No. 02
- Nurseto, S., (2018). Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UKM Furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2),103-107
- Panjaitan, E., Sinulingga, S., Wibowo, R.P., (2019). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decision on Bright Gas Product in Medan. *Internasional Journal of Research and Review*, Vol.6(10).
- Poluan, F.M.A., Mandey, S.L., Ogi.,I.W.J., (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA* Vol.7 No.3
- Rahmawati, A.Y., Hartono, & Hidayat, M.S., (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, dan People) Terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)*, 150.
- Septia, E., & Anam S., (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 5 No. 1

- Setyawan, A.A., Ekasari, R., & Dewi, N.N. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Lele Di Sidoarjo. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA*, 3(1), 227
- Sulastriya N., Ruslianor M., (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03)
- Syakri, (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara
- Syarifuddin, S.L., Mandey.,Willian J.F.A., (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency
- Wahyuni P.A., (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*. Volume 7 No 1.
- Willma F., Dini R., Rina D.H., (2019). Pengembangan Pemasaran Produk Roti dan Pastry Dengan Bauran Pemasaran 4P Di Sari Good Bakery. *Jurnal ABDIMAS BSI*. Vol. 2 No. 1
- Yusuf S.M dan Miah S., (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media

