

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga

Hasnidar., dkk. (2021). *Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia

Qomar, Mujamil. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: Inteligencia Media

Widodo, A., & Rennyta Yusiana. (2021). *Metode Penelitian Penentuan Metode Design Pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung : PT. Refika Aditama

Jurnal

Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2). <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>

Alhaq, D. D., & Dewi, Citra Kusuma, S.E, M.A.B, Ph. D. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Bright Gas Di Kota Bandung. *E Proceeding of Management*, 7(2).

Daryanto, L. H., Hasiholan, L. B., & Seputro, A. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, 5(5).

Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.611>

Hermanses, B., & Roswinanto, W. (2023). Optimalisasi Strategi Promosi Digital di Era Digitalisasi: Sebuah Kajian Komprehensif pada PT Glamourix AFA Indonesia Skincare 2022-2023. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 3(2). <https://doi.org/10.34149/jebmes.v3i2.137>

Irfan Nasution, M., Andi Prayogi, M., & Mirsyah Affandy Nasution, S. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*.

- Jutisa, D. D., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2). <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8507>
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2). <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1).
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2). <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Porwani, S., & Rochmawati, B. (2021). Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang 2. *Adminika*, 7(1).
- Punju, A. K., & Adindarena, V. D. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat Di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. *Transformatif*, 11(1). <https://doi.org/10.58300/transformatif.v11i1.312>
- Rachmawati, R., Teknologi, J., & Semarang, U. N. (2017). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Economic Reviews Journal Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang dan Jasa: Studi pada PT. JNE Express Cabang Patumbak. *Economic Reviews Journal*, 1 Nomor 2.
- Romadhon, P. N., Rizqi, A. W., & Hidayat, H. (2023). Analisis Pasar Segmentation, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix 4P Minuman Kopi UD. XYZ. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1). <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22034>
- Salsabila, A. A., & Widaningsih, S. (2022). Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kelompok Tani Hutan Samber Pada Produk Kripik Jamur Mallawa). *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5).

Sugiyono. (2021). Buku Metode Penelitian Pendidikan (kuantitatif,kualitatif,kombinasi R&D dan Penelitian Pendidikan. In *Penerbit ALFABETA BANDUNG*.

Terapan, J., Manajemen, I., Bisnis, D., & Malau, H. (2020). the 4P'S Marketing Mix Variables: an Assessment of Concept, Applicability and Impact on Organizational Goal From West Java'S Business Organizations. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).

Usman, O., & Nadila, K. (2020). Effect of Products, Promotion, Price and Location of Buying Decisions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3510138>

Vimandita, A., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Roti Aroma Bakery. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1).

Website:

Kominfo, diakses pada 23 Oktober 2023 dari www.kominfo.go.id

Kompas, diakses pada 23 Oktober 2023 dari www.kompas.com