

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., ... & Hardika, I. R. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Amstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelve*. England: Pearson Education.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. 2023. *Manajemen Pemasaran*.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., ... & Dewanthi, D. S. 2022. *Strategi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodelogi Penelitan Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Haque-Fawzi., dkk. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- ITB Ahmad Dahlan Jakarta. 2019. *Pedoman Penulisan Skripsi ITB Ahmad Dahlan Jakarta*. Jakarta: ITB Ahmad Dahlan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2020. *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga.
- Nasfi, N., dkk. 2022. *Dasar Manajemen dan Bisnis (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*.
- Pratiwi, R. D., Putra, R. S. P., Hasbiah, S., Astuty, S., Dahliana, A. B., & Nuryadin, A. A. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Tahta Media.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. 2022. *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cetakan ke-25. Alfabeta.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. 2020. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum*. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, 20(1), 26-38.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. 2022. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)*. Jurnal Multidisiplin Madani, 2(9), 3610-3617.
- Darmayanti, N. P. D., Kawiana, I. G. P., & Suartina, I. W. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian*. WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, 2(1), 258-270.
- Fahrurrazi, F., Khoirunnisa, S., & Somantri, B. 2019. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Kerudung di Outlet Rabbani*. Cakrawala, 2(2), 26–39.
- Hanifiantomo, A., & Zuliestiana, D. A. 2023. *Analisis Studi Kasus Pada Vape Store Menggunakan Marketing Mix Melalui Pendekatan Swot Dalam Meningkatkan Penjualan*. eProceedings of Management, 10(2).
- Haryanto, M., Saudi, N. S., Anshar, M. A., Hatta, M., & Lawalata, I. L. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. YUME: Journal of Management, 5(2), 222-237.
- Haryono, D. 2022. *Menguji Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Soloraya*. Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen), 15(1), 121-133.
- Kanter, G. E., Lapian, S. J., & Soepeno, D. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffee Latte Era Pandemi Covid-19 Di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat*. Jurnal EMBA:

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(1), 1555-1565.

Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(2), 274-290.

Nengsi, B., Evahelda, E., & Purwasih, R. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Inovasi Madu Kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur*. Jurnal Studi Inovasi, 2(3), 9-17.

Yahdikalla, S. 2022. *Strategi Marketing Mix dalam Menghadapi Persaingan Pasar Pada PT. Gema Shafa Marwa (GSM) Jakarta Timur* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).



