

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amrullah & Cantika, S. B. (2014). *Manajemen Startejik*, Yogyakarta: Graha Mada.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2015). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Sage publications.
- David, F. R. (2016). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson Education Limited.
- Devila, R., & Hamran. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Terhadap Market Share pada PT. Semen Tonasa di Wilayah Pasar Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(3), 10423-10428.
- Elliott, R. (2016). *Strategic Marketing Planning: A Practitioner's Guide*. Kogan Page Publishers.
- Gitosudarmo, I. (2019). Strategi Pemasaran Produk Baru di Era Digital. *Jurnal Manajemen Strategis*, 18(2), 107-122.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, R. W. (2016). Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Kerjasama Antar Perusahaan: Studi Kasus pada Industri Tekstil di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Padjadjaran*, 22(3), 6588-6598.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (14th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 14*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kumalasari. S dan Hidayat. R. 2021. *Strategi Pemasaran Kosmetik Pada Toko Gadjah Mada Untuk Meningkatkan Penjualan*. *Jurnal Syntax Trnasformation*, 2(5), 696-709.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2016). *Marketing (12th ed.)*. Cengage Learning.



- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Marwa, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Handphone di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Semarang*, 11(1), 1-14.
- Miles, Matthew B. and Huberman, Micahel A. 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Murdiyanto, P. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Said, M. (2022). Strategi Marketing Mix Terhadap Tingkat Penjualan Semen (Studi Kasus PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep). *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 166-172.
- Rahma, P, A, L., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Citra Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Administrative and Social Science (JASS)*, 5(1), 198-204.
- Porter, M. E. (2011). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2020). *Membangun Keunggulan Kompetitif: Strategi dan Taktik untuk Menciptakan dan Mempertahankan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahmawati, S., & Djalal, F. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah KC Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 1-14.
- Riky, F., & Ronny, A. (2022). Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan: Sebuah Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Padjadjaran*, 20(1), 1-14.
- Shinta, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Pertiwi*, 13(2), 123-134.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



D. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Suryadi, A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Merek Samsung di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Universitas Semarang*, 11(1), 15-26.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Syafii, A., Shobichah, M., & Mulyani, F. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 2(6), 509-522.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Yusuf, A. M. (2004). *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Pustaka Setia.

