

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Adhaghassani, F. S. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery*.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis* (Juli). Nas Media Pustaka.
- Ahmad, R., & Pratama, A. (2021). Faktor manajemen profesional: perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian (suatu kajian studi literatur manajemen sumberdaya manusia). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 699–709.
- Anderson, K. C., & Laverie, D. A. (2022). In the consumers' eye: A mixed-method approach to understanding how VR-Content influences unbranded product quality perceptions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102977. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102977>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke). PT Raja Grafindo Persada.
- Benjamin, B., & Amriwan, A. . (2020). Penguatan sektor UMKM Keripik Suseno Bandar Lampung di era pasar bebas masyarakat ekonomi ASEAN. *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya*, 22(2), 120–131.
- Benyamin, A. P. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 1–9.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado*. 9(3), 1530–1538.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen pemasaran*. Ombak.
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- C. Suresh, K. Anandanatarajan, R. S. (2015). Effect Of Sales Promotion Tools On Customer Purchase Decision With Special Reference To Specialty Product (Camera) At Chennai, Tamilnadu. *Asia Pacific Journal of Research*, 1(21).
- Calvindo. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multi Konsep Restoran 1914 Surabaya Wendy Calvindo*.
- Danupranata, G. (2015). *Manajemen Perbankan Syariah*. Salemba Empat.
- Darsana, I. ., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. ., Bahri, K. ., Amir, N. ., Jamil, S. ., Nainggolan, H. ., Anantadajaya, S. P. ., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. . Wardana (ed.); Agustus, 2). Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Daryanto, L. H., & Hasiholan, L. B. (2019). *The influence of marketing mix on the decision to purchase martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang*. 5(5).
- De Sordi, J. O., Meireles, M., Bitencourt Jorge, C. F., Rigato, C., & Oliveira, O. L. de. (2020). Versioning products and services by downsizing digital components: Risks due to consumers' feelings of unfairness. *Technology in Society*, 62, 101313. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101313>
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. 17(2), 6–13.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). *Bauran pemasaran 7p dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres makassar*. 5(3), 120–136.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019a). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019b). *Pemasaran Jasa (Stratgei, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Fernanda, A., & Siahaan, S. V. B. (2020). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kemitraan Gi-Va Fashion Di Perumahan Kelapa Sawit Wirata*. 2(2).
- elli, A. (2025). Bringing managers and management back into strategy: Interfaces and anagerial capabilities. *Journal of Business Research*, 186, 114947. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114947>
- Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Pt. Sapta Kemakmuran Abadi*. 8(1).
- l., & Nisa, C. (2019). *Analisis Komparasi Strategi Pemasaran dalam Transaksi Jual n Offline pada Hijab (Studi Kasus: Mahasiswi Universitas Islam Riau)*. 2(1).
- athoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.



- Hasibuan, Z., Syahputri, N., Hamtheldy, R. Z., Ramadhan, A., & Others. (2022). *Pentingnya Mengembangkan Produk Dan Keputusan Merek Dalam Pemasaran Global*. 1(4), 261–267.
- Hendrayani, Sitingjak, Yani, Yasa, Wisataone, Sinaga, & Hilal. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.); Juni 2021). Media Sains Indonesia.
- Indriana, A., & Makfiroh, L. (2021). *Strategi Marketing Toko Er Collection Pagotan Geger Madiun Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. 1(2), 40–68.
- Isoraite, & Margarita. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research Granthaalayah*, 4(6), 25–37.
- Juniarta, P. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran*. 7(1).
- Kabanga, M. S. (2023). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7P di Hotel Ima Kupang. *Bisman - Jurnal Bisnis & Manajemen*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.32511/bisman.v8i1.1116>
- Kamaludin, A. (2017). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Pt Sarana Panca Karya Nusa Distributor Kabupaten Majalengka)*. 2(3).
- Kasdjono, E. A. (2022). *Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Loyalitas Pelanggan*. 13(6), 765–772.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *EMBA*, 6(2).
- Khalayleh, M., & Al-Hawary, S. (2022). *The impact of digital content of marketing mix on marketing performance: An experimental study at five-star hotels in Jordan*. 6(4), 1023–1032.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Prentice Hall.
- Kristianti, A. N., Siswahyudianto, S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Classic Cafe Di Desa Sumberkembar Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar*. 8(1), 368–375.
- Ledy, D. S., Haryono, D., & Suriaty Situmorang. (2019). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan Di Kota Bandar Lampung)*. 7(1).
- Lisapaly, D. C. (2021). *Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank*.
- MacKenzie, N. L., & Agoglia, C. P. (2025). The power of small talk: How small talk and psychological ownership influence managers' communication defensiveness during audit inquiry. *Accounting, Organizations and Society*, 114, 101592. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.aos.2025.101592>
- Makienko, I., & Rixom, J. (2022). Using Marketing Mix Elasticities to Demonstrate Consumer and Producer Perspectives in Marketing Management Class. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100689. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100689>
- Mauliandari, A., & Mahfudz. (2021). *Analisis Perencanaan Strategi Untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Dalam Mewujudkan Keunggulan Bersaing*. 6(4).
- Mayzal, T., Noviarita, H., & Ridwansyah, R. (2024). Analisis Implementasi Strategi Baruan Pemasaran 7P Pada Akun Shopee Serabutan99. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2040–2049. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4300>
- Mohamad, R. (2021). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah*. 2(1).
- Murtini, A., & Oktalina, G. (2019). *Analisa Bauran Pemasaran (7P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Homeindustry CV Melati Kota Pangkalpinang)*. 6(2), 258–268.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021a). *pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika*. 5(2), 21–40.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021b). *Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan pada diva karaoke rumah bernyanyi di kota timika*. 5(2).
- Nana, S., Tobias, Mamina, R., Chiliya, N., & Maziriri, E. T. (2019). *The impact of corporate rebranding on brand equity and firm performance*. 13(4).



- 22). *Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Agus Dwi Nugroho*.
- Vikalef, P., Conboy, K., & Van de Wetering, R. (2023). Uncovering the dark side of AI in making: A case study in a B2B context. *Industrial Marketing Management*, 115, s://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.10.003
- Willeneuve, & Patrick, J. (2018). *Management and Communications in the Public Sector*.
- Yusfian, E. Z. (2021). *Analisis Pengaruh Komunikasi E-Wom Terhadap Brand Equity Dan*

- Purchase Intention Pada Luxury Fashion Item E Commerce Banananina Di Media Sosial Instagram*. 6(7).
- 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)*. 7(3), 2969–2978.
- Rainatto, G. M., Lopes de Sousa Jabbour, A. B., Cardoso Machado, M., Chiappetta Jabbour, C. J., & Tiwari, S. (2024). How can companies better engage consumers in the transition towards circularity? Case studies on the role of the marketing mix and nudges. *Journal of Cleaner Production*, 434, 139779. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139779>
- Rasmikayati, E., Fauziah, Y. D., Trimio, L., Andriani, R., Kusumo, B., & Saefudin, B. R. (2021). *Analisis Karakteristik Konsumen Produk Olahan Mangga Analysis Of Consumer Characteristics Of Processed Mango Products Reviewing From Demographic , Geographic , Psychographical Aspects And Consumer Behavior Before And During The Covid-19 Pandemic PendahulU*. 7(2), 1618–1638.
- Razak. (2016). *Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli pelanggan Indihome di Propinsi DKI Jakarta*. 4, 2.
- Rizal, R., Hidayat, R., & Ica Handika. (2017). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Pada Pt. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*. 3(2).
- Rusmadi. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern*. 1(4).
- Sáenz, J., Ortiz de Guinea, A., & Peñalba-Aguirrezabalaga, C. (2022). Value creation through marketing data analytics: The distinct contribution of data analytics assets and capabilities to unit and firm performance. *Information & Management*, 59(8), 103724. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103724>
- Sairo, H., Sumampouw, H. J., & Walangitan, O. (2018). *Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT.Sinar Purefoods Internasional Bitung*. 6(2).
- Satriadi, Satriadi, Wanawir, Eka, H., Leonita, S., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); Juni). Penerbit Samudra Biru.
- Siagian, P., & Sondang. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Akarsa.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Utama, A. P., SE, M., & Adab, P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep dasar dan Ruang Lingkup*. Adab.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Wahyuni., E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Wisataone, T. C. V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Waris, A. P. M. dan A. (2015). Effect of Training, Competence and Discipline on Employee Performance in Company (Case Study in PT. Asuransi Bangun Askrida). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1240–1251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.165>
- Weijers, R. J., Gillebaart, M., & de Ridder, D. T. D. (2025). “Waiter, the checkmark please”: Restaurant managers’ and customers’ evaluations of nudges towards sustainable food choices. *Food Quality and Preference*, 130, 105530. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2025.105530>
- Xiong, X., & Zhao, L. (2025). Manager sentiment and its effect on corporate innovation. *Economic Modelling*, 143, 106968. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106968>

