

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I. et al. (2022). *Digital Marketing Concept, Strategy and Implementation*. Batam: Cendikia Mandiri.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Y. (2023). *Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha Pada Home Industry Tahu Desa Randudongkal Kecamatan Randudongkal Kabupaten Pemalang*. 1–132.
- Arifen, et al. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol 3, No 1,
- Arisanti, D. et al., (2024). *Ilmu Administrasi Bisnis*. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu, S dan Irwan. (2013). *Asas-asas marketing, liberty*, Yogyakarta
- Daengs, A. (2023). *Ekonomi Manajerial*. Surabaya : Unitomo Press.
- Darmawan, K., et al. (2022). Menguak Keberhasilan Warung Makanan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Masa Pandemi Covid 19. *Journal of Innovation* ..., 2(1), 83–88.
<https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/2464%0Ahttps://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/download/2464/1715>
- Dewi, P. N., et al. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(2), 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>
- Dwinanda, G. Y. N. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 122. Retrieved from <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/690>
- Fatah, A. N. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Harfa Kreative
- Fuad, M. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Grandmedia.
- Gustina, I., et al. (2022). Analysis Of The Effect Of Marketing Mix On The Competitive Advantage Of Samoto Products In PT. Utama Netindo Semesta. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v8i1.226>

- Halim, F. &. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hofifah. S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo press.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media
- Kanishchenko, O., & Kuznetsova, Y. (2020). Startup Marketing Strategy To Attract Venture Capital at the Age of Digitalization. *Journal Economics & Education*, 5(1), 23-28.
- Kotler, P & Amstrong G. (2012) *dasar- dasar pemasaran*. Jakarta : Prenhalind.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Dua. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Dua. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Dua. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kusnanto, et al., (2023). *Manajemen Pemasaran. (Teori Dan Praktik Mencapai Target)*. Indramayu : Adanu Abimata.
- Lahengko, T. M., et al (2022). Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa. *Jurnal Productivity*, 3(3), 258–263.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompeten* edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mauna, K. L & Siswahyudianto. (2022). Strategi Bersaing untuk Mempertahankan Eksistensi Usaha Kecil. *Idarotuna : Journal of Administrative Science*, 3(1), 16–27.
- Miles, M. B. & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia. Jakarta: press
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. In Yogyakarta Press.
- Mursal, S. (2024). *Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan*. 1–107

- Natanael, Y. A., et al. (2024). *Manajemen Strategi Bisnis. Intelektual Manifest Media*.
- Octavia, Y. F., et al. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat : Seval Literindo kreasi.
- Almaidah, P. (2020). *Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis*. 1–120.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1-8. Retrieved from <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/2707/1734>
- Rambe, D. N. S., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(2), 90–95.
- Rangkuti, F. (2009), *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cet. 1th, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rocmadika, H. R., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164–177. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.460>
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung : Pustaka Ramadhan.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Kanisius Yogyakarta.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Seran, R. B., et al. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal MiraiManagement*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/264>
- Sudarsono, A. (2021). *Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Yudho, & Agustin. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 200–210.