

DAFTAR PUSTAKA

- Alliyah, E. S. N. (2020). *Endah Siti Nur Alliyah, 2020 Peran Guru IPS Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu* 40. 11, 40–48.
- Anam, K. (2013). Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170>
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2021). Metode Penelitian. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Fitriana, A., & Niswardhani, S. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4-P) Terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Poci Ngalah Pandean. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(5), 634–650. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Ginting, H. R., Ramadhani, D. P., & AK, M. F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Kursus Logan Untuk Mendukung Sumber Daya Manusia Unggul Di Kota. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Social*, 13–23.
- Gunawan, G. L. C. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>
- Hamidah, N. (2024). Peran LPK dalam Meningkatkan Kompetensi Tenaga Kerja di Kota Bontang (Studi Kasus di LPK BBEC Bontang). *journal.lembagakita.org* *N HamidahLANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2024•journal.lembagakita.org, 2(2b), 727–732. <https://www.journal.lembagakita.org/ljit/article/view/2828>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Iii, B. A. B. (2018). *Dan Aktivitas* (. 44–52.
- Kanaidi, A. K. (2019). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung). (*Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*)., 14–50.
- Khoir, M. D., Arifin, N., & Fu'ad, E. N. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) Sebaai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 6(1), 37–55.
- Kotler dan Keller (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.

- Kuliah, M. (2020). *Makalah*. 1901328580.
- 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), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 1, h. 5.
- Nuzulia, A. (2020). Segmenting, Targeting Dan Positioning. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Nomor July).
- Pandawangi.S. (2021). Metodologi Penelitian. *Journal information*, 4, 1–5.
- Purwanto, A. (2023). Strategi Pemasaran Produk Indihome Pada PT Telkom (Persero) Tbk Kabupaten Wajo. *Journal of Economic*, 2(2), 17–26.
- Rahman, S. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Lembaga Kursus dan Bimbingan Belajar Education Zone. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 2(2), 158–163. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v2i2.634>
- Ramaddaani, I. (2024). Analisis Yuridis Penyalahgunaan Kepemilikan Senjata Api Terhadap Pelaku Kasus Perampokan Di Tengah Masyarakat. *El-Dusturie*, 2(2). <https://doi.org/10.21154/el-dusturie.v2i2.7484>
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Septiani. (2019). *Universitas negeri semarang 2019*. 7211417022, 2019.
- Setyowati, Y. (2022). *Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*. 14.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Teknik analisis data. *Suparyanto dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Tjahyadi, R. A. (2016). Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 5(2), 1–10.
- Tohardi, A. (2019). Metodologi Penelitian Sosial Plus. In *Tanjungpura University Press* (Vol. 1, Nomor April).
- Umaira, H., Suryati, S., & Irpinskyah, I. (2024). Strategi Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Komputer Algerian Dalam Mengembangkan Life Skill Masyarakat. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(4), 718–724. <https://doi.org/10.59388/sscij.v1i4.416>
- Yessica, D. F. (2019). Penerapan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Penjualan Mebel Pada “Ud. Jati Agung”

Kutukulon – Jetis – Ponorogo. *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), 5–24.

Yucha, N., & Cahyani, J. Ay. E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Lembaga Kursus Xyz. *Ecopreneur*.12, 5(1), 45. <https://doi.org/10.51804/econ12.v5i1.1713>