

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati. (2019). Analisis bauran pemasaran destinasi pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 11-17.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, S. (2024). Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Strategi Skimming Pricing Dan Peningkatan Store Image Pada Produk iPhone. *DFAME: Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 21-27.
- Amalia, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi: Tren Dan Persaingan. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 6(3), 78-89.
- Amstrong. (2019). *Principles of Marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Andriono. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Komprehensif Untuk Meningkatkan Penjualan: Tinjauan Teoritis. *MRI: Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 257-265.
- Azmi. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tia Azka Grosir Dan Eceran Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner Strategi Manajemen*, 12(1).
- Carmelita. (2019). Analisis Activity Based Costing System Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Guna Menentukan Harga Jual Gula (Studi Kasus Pada PT. PG. Kebon Agung Unit PG. Kebon Agung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 48(1). Diakses dari administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Charantimath, P. M. (2020). *Total Quality Management (3rd ed., Vol. 148)*. Pearson Education, Inc.
- Damayanti. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Union Coffee Kota Jambi. *Skripsi Universitas Batanghari Jambi*.
- Daryanto. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cetakan II. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Eliya Hazni M.Subhan, Ramadhani Kaloko, Khaliida zia Siallagan. (2023). Marketing Strategies In Increasing Sales Volume In Micro Small and Medium Enterprises For Trabas Geprek Chicken. *Jurnal Internasional Journal of Social Science, Educational, Economics, Aqriculture Reserch, and Technology*.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

- Fure, G. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tempat: Evaluasi Peraturan Dan Izin Dari Pemerintah. *Jurnal Manajemen Operasional*, 12(4), 88-99.
- Grace. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hendro, O., Asiati, D. I., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Islamic Banking* 1 (17)
- Herman, R. (2020). Indikator-Indikator Promosi. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 14(2), 67-78.
- Hurriyati, R. (2020). Bauran Pemasaran Sebagai Unsur Internal Dalam Pembentukan Program Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 45-56.
- Irawan, B. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45-56.
- Juliawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), h. 43-56.
- Keller. (2019). *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management, The Millennium Edition 1*. Prentice Hall International, Inc.
- Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran: Logika Pemasaran Dan Pencapaian Sasaran. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis*, 11(3), 90-105.
- Kusumawati, E. (2019). Indikator Promosi: Efektivitas Komunikasi, Keterpaduan Media, Dan Respons Konsumen. *Jurnal Pemasaran Modern*, 6(4), 112-125.
- Lestari. (2023). Peran Marketing Mix Pada Upaya Meningkatkan Penjualan Di Pt Medeq Mandiri Utama. *Jurnal Stie Semarang 15-2 JTIEB*.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, P. S. (2021). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Niat Beli Ulang Dewata Kaos Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 10(7).

- Maisyaroh, W. (2019). Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif UMKM. *Jurnal Kewirausahaan Binus*, 9(1).
- Manap, A. (2018). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Medika.
- Mariyudi, S. E., M. (2021). Materi 8 Populasi dan Sampel.
- Marzelin. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol. Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mas'ari, A. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. Vol. 5, No. 2, 2019 *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*.
- Ningsih. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 693-702.
- Nisantika, & Marahani, N. L. (2021). Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). *Jurnal Locus Delicti* Volume 2(1).
- Notoadmojo, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Novanti. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Daya Beli Konsumen Terhadap Bedak Wardah. Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayati. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7p Di PT. Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi* Vol. 08 No. 02 Maret 2022.
- Pakkanna. (2018). *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Pasal 1 Butir 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 45-56.

- Purbohastuti (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Putri, L. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 45-56.
- Romadi (2023). Strategi Pemasaran Wirausaha Pada Era Digital Dalam Perspektif Al-Qur'an. Disertasi Pascasarjana Universitas PTIQ Jakarta.
- Setyo, D. (2019). Indikator Harga Dalam Persepsi Konsumen. *Jurnal Pemasaran Modern*, 5(4), 101-112.
- Sjawal (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado). *Jurnal EMBA*, 8(3), 379-388.
- Sugiarto. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Galia Indonesia.
- Sunyoto (2019). *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryana, Hidayat, Rahmat. (2019). The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention. *International Journal of Accounting, Finance, and Economics*, 1(1).
- Susanti, A. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Barang Dan Jasa*. Jakarta: Penerbit Cakra Media.
- Tania (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi, dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*, 9(1).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2 tentang Perlindungan Konsumen.
- Yani (2022). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan. *Business Management* (1) 18
- Yoseph, C. (2022). Indikator-Indikator Harga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(3), 78-89.