

## DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Abraham, Akhaghoria Okhiria. (2020). *The role of strategic marketing in Successful Event Management*. National College of Ireland. Diterima dari <https://norma.ncirl.ie/4704/1/abrahamokhiria.pdf>

Andrean, Anggi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penjualan pada CV Ferdian Decoration Bekasi. *Repository Universitas Satya Negara Indonesia*. Diterima dari <https://repository.usni.ac.id/repository/ca0179f803811b66ac040f21825ac55a.pdf>

Anggraini, Mita Dwi., Muhtarom, Abid., Safaatillah, Nurus. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada UD. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Diterima dari <https://core.ac.uk/download/pdf/294835899.pdf>

David, F. R. & David, F. R.. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. England:Pearson.

David, F. R. (2015). *Strategic Management Concept and Cases 15 edition*. England: Pearson.

Fedora, Michella. (2022). Promotion Of E-commerce Beauty Products Through Word Of Mouth Communication Among LSPR Students. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*. Diterima dari <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4217/18/RESUME.pdf>

F.W. Mamonto., W.J.F.A. Tumbuan., M.H. Rogi. (2021). Analisis Faktor-faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*. Diterima dari <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33281>

Hendrayani, Eka., dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung:CV Media Sains Indonesia

Imron (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif. *Indonesian Journal on Software Engineering*. Diterima dari <https://repository.uir.ac.id/4572/6/bab3.pdf>

Islamiah, Farida., Harmayanto., Jayanti, Riska Dinda. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*. Diterima dari <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/gpjer>

Jejen, M., & Yusuf, R. (2021). *The Effect of Marketing Mix on Customer Satisfaction in Electronic Stores at Bandung Trade Mall (BTM)*. *JUDICIOUS*, 2(2), 102–108. Diterima dari <https://journal.neolectura.com/index.php/judicious/article/view/386>

Karim, Rashed Al., Habiba. (2020). Influence of 4P Strategy on Organisation's Performance: A Case on Bangladesh RMG Sector. *International Journal of Entrepreneurial Research*. Diterima dari <https://readersinsight.net/IJER/article/download/1166/1010>

Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.

Khaddapi, Muammar., Damayanti., dan Kaharuddin (2022). Strategi Digital Bauran Pemasaran 4p Terhadap Kinerja UMKM Kota Palopo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Diterima dari <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/12930>

Kuswardani, Dyah Corry., Nurhidayati., Wibisono, Totok. (2018). Strategic Role Of Sales Promotion In Increasing The Number Of Vermox Drug Sales. *Economics & Business Solutions Journal*. Diterima dari <https://journals.usm.ac.id/index.php/ebsj/article/view/1247>

Londre, L. S. (2017). *Several concepts, terms and useful definitions help explain and aid in the understanding of marketing and related activities, including marketing concepts, marketing objectives, strategies and tactics, marketing mix (4P's), and the Nine P's (9P's) of marketing*. Diterima dari [www.londremarketing.com/documents/LondreMarketingConsulting-NinePs.pdf](http://www.londremarketing.com/documents/LondreMarketingConsulting-NinePs.pdf)

Rangkuti, Fredy. (2018) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, cetakan kedua puluh empat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, F., 2015. *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rehan Safitri, Rayatul., & Anas, Alfian. (2022). Penerapan Strategi Marketing Mix Terhadap Produk Teh Butong Pada Pt Perkebunan Nusantara Iv Unit Teh Bah Butong. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. Diterima dari <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/5404>

Ringold, Debra Jones dan Barton Weit .The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator. *Journal of Public Policy & Marketing*. Diterima dari <https://doi.org/10.1509/jppm.26.2.251>

Rusdiana, Ahmad (2020). *Manajemen Strategi*. Bandung: Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Saputra, Joko Edwin., Kusumaningrum, Anisa Putri. (2022). Analisis SWOT Penggunaan Media Online Instagram sebagai Alat Promosi Di Cafe Kopi Papi Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Diterima dari

<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/2542/1267/>

Sari, Diana Puspita., Oktafianto, Abdrizal. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis. *Seminar Nasional IENACO*. Diterima dari <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/8671/IENACO%20042.pdf?sequence=1>

Singh, Meera. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*. Diterima dari <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/vol3-issue6/G0364045.pdf>

Sukmawati, Lisma Dian (2022). *Analisis Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Kawasan Ciwidey Kabupaten Bandung Menggunakan Metode Sistem Informasi Geografi*. Thesis: Universitas Pendidikan Indonesia.

Sulistyo, Arif Sulistyo., dkk. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan 4P Pada Keramik (Study kasus : PT. Sahabat Keramik Anugerah). *Jurnal Teknik Industri*. Diterima dari <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/download/19591/8963>

Ulfa, P., Ikhwan, S., & Harini. (2022). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Analisis Swot Olahan Bawang Merah Pada PT. Sinergi Brebes Inovatif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Diterima dari <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/870>

Ulkhag, M M, et al. (2018). Formulating a marketing strategy of sme through a combination of 9ps of marketing mix and porters five forces: a case study. *Proceedings of the 1st International Conference on Big Data Technologies*. Diterima dari <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3226116.3226136>

Wahyuningrum, A D., N E Kristanti., & Widodo, K.H. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Yotta Milk di Kota Makassar). *Indonesian Journal of Social Studies and Humanities*. Diterima dari <https://doi.org/10.26858/v2i1.29632>

Wicaksono, Ivan Farisul., dkk. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Pertanian Ganesha. *Jurnal Strategi dan Bisnis*. Diterima dari <https://doi.org/10.19184/jsb.v10i2.32748>

Yulianti, Farida., Lamsah., Periadi., (2019). *Manajemen Pemasaran*.. Yogyakarta: Deepublish