

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F. S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga, Marketing Mix*, 1–10.
- Adhawiyah, Y. R., & Anshori, M. I. (2019). Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo).
- Andala, B. P., & Yoshoa. (2014). *Manajemen dan Bisnis* (B. S. Y. M & B. P. R. Andala (eds.); Vol. 4, Issue 2). Universitas Bandar Lampung Fakultas Ekonomi Progam Studi Manajemen.
- Arikunto, S. (2006). Data Penelitian Deskriptif. *Management Penelitian Analisis*, 59, 262–296.
- Aristo Surya, A. S. (2009). Analisis Persepsi Konsumen Pada Aplikasi Bauran Pemasaran Serta Hubungannya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hypermart Cabang Kelapa Gading). *Journal of Business Strategy and Execution*, 2(1), 13–39.
- Astuti, D. P. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)*. 106.
- Dadang, M. (2002). *Analisis Penentuan Segmen, Target, Dan Posisi Pasar Home Care Di Rumah Sakit Al-Islam Bandung*. 6(2), 233–244.
- Eka Umi Kalsum. (2008). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Al-Azhar Medan. *Pascasarjana Univesitas Sumatera Utara Medan*, 19–30.
- Hidayat, T. (2016). Formulasi Strategi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Industri Batik “Mliwis Putih” di Desa Sobontoro, Balen, Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3(1), 21–30.
- Imawan, R. (2002). Peningkatan Daya Saing: Pendekatan Paradigmatik-Politis. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 79–104.
- Kahar, A. (2015). Deskripsi Teoritis, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian. *Potret Pemikiran*, 19(1), 1–17.
- Lubis Nurbaity Arlina. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis.
- Maesaroh, S. S. (2020). Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya melalui Pemanfaatan System Informasi Geografis (SIG). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 61–74.

- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA*, 14(2), 102–209.
- Nurhayati, A. (2013). Analisis Potensi Lestari Perikanan Tangkap Di Kawasan Pangandaran. *Jurnal Akuatika*, IV(2), 195–209.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Cet. 3). Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). Analisis Tipe Strategi Industri Kecil di Wilayah Kota Yogyakarta. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2007). Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan. *Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*, 189–232.
- Subhash C, J. (2000). *Business Marketing: Planning and Strategy* (6th ed., Vol. 6). South-Western Educational Publishing.
- Sudrartono, T. (2019). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran terhadap Daya Saing Produk Boneka. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 121–129.
- Tjiptadi, M. (2008). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. *Modul 1*, 1–41.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkip.go.id
- Wulansari, N. Y., Ranihusna, D., & Maftukhah, I. (2020). Strategi Perencanaan SDM untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Batik Semarang. *Prosiding*

*Pendidikan Profesi Guru, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan,
1552–1559.*