

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. dan. (2013). *Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.*
- Anggraini, I. A. (2023). *Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan (Studi kasus pada toko bangunan diana top kecamatan wirosari).* 4.
- Apipah, N., Dumadi, & Riono, S. B. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 1–10.
- Armstrong, K. dan. (2012). *Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.*
- Bhirawa, S., Dandi, A., & Meilina, R. (2024). Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko adin fe kediri. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 565–574.
- Bhirawa, S., Larasati, D., Kusuma, B., Anitasari, S., Putri, E., & Meilina, R. (2024). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Analisis Keputusan Konsumen Dalam Membeli Minyak Goreng Di Kabupaten Nganjuk Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis.* 9(2), 410–420.
- Bhirawa, S., Malinda, P. A., & Kusumaningtyas, D. (2021). Penerapan Sistem Manajemen Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Di Kantor Dlhkp Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 1616–1620.
- Capem, S., Kadir, A., Kunaifi, A., Pamekasan, I. A. I. A., & Di, S. K. (2022). *STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING KOPERASI DI BMT SIDOGIRI CAPEM WARU. 01*, 79–88.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. In M. A. Wardana (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.* (Vol. 1, Issue 0). CV. Intelektual Manifes Media.
- Daud, R. F., & Novrimansyah, A. (2022). Traditional Herbal Medicine Marketing Communication Strategy in the Era of Digitalization Techonology. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 1(3), 233–248.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanudin, B., Yuliani, Mohdari, Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurrohman, Ardyana, E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Y. Umayana (ed.); 1st ed.). Ahlimedia Press.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Qiara Media (Ed.),

- Buku Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed., Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *ABDIMAS:Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8–15.
- Haydar Hadziq, F., Repelita, T., Saharani, M., Suraya, thiya, & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). *Jurnal Pemasaran Bisnis STRATEGI DALAM PROSES WAWANCARA KERJA*. 6(3), 438–445.
- Keller, K. dan. (2013). *Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.*
- Kotler. (2005). *Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.*
- Kotler, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam. Yogyakarta : ANDI.*
- Laksana. (2019). *Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.*
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran.*
- Lukmanasari, A. K., & Habib, M. A. F. (2023). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan di Home Industry Ayunda Cake. *Innovative: Journal Of Social ...*, 3, 5385–5398. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4475%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/4475/3871>
- Ningsih, P. N. (2023). *IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (STUDI KASUS PADA TOKO VIKI ELEKTRONIK GUBUG).*
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Samari, Putapang, H., & Yudho Leksono, P. (2023). Implementasi Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri*, 2, 1602–1609.
- Samari, Edyuana, F., & Kurniawan, R. (2024). Analisis produk, harga, dan promosi

- terhadap keputusan pembelian di alodie caffe kediri 1),2),3). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 3, 664–673.
- Samari, Nofiana, I., & Sardanto, R. (2022). Analisis Harga, Online Customer Review, Dan Kepercayaan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 874–884.
- Samari, S., & Hakimah, E. N. (2020). Kajian Etnometodologi: Pola Pemasaran Berpihak Masyarakat Pedesaan Kediri Pada Ritel Tradisional. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(1), 95. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i1.712>
- Saputri, D., & Priyono, B. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran 7p pada Warung Kelontong Madura di Kelurahan Perwira Bekasi Utara. 6(1), 43–50.
- Soeprihanto, S. dan. (2010). Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Swastha. (2012). Basu Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Tjiptono. (2016). Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Widodo, I. N., Nurlenawati, N., & Angela, F. P. (2024). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Bauran Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Warung Pecel Madiun Pak Slamet*. 7(1), 653–666.
- Wijoyo, H. (2022). Analisis teknik wawancara (pengertian wawancara, bentuk-bentuk pertanyaan wawancara) dalam penelitian kualitatif bagi mahasiswa teologi dengan tema pekabaran injil melalui penerjemahan alkitab. *Academia.Edu*, 1–10.
- Zahrah, Baining, M. E., & Anggraini, D. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Ekonomi Islam ARTICLE INFO. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 235–249. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1874/1413>
- Zusrony, E. (2011). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In R. A. Kusumajaya (Ed.), *Umk*.