

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Budianto, D. A., Samari, & Sasongko, M. Z. (2025). Pengaruh Marketing Mix 4P (Produk, *Price*, Promotion, *Place*) terhadap Minat Pembelian Produk Menu di UMKM Coffee Shop "Warung Kopi Saya" Kota Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 4, 1224–1230. <https://doi.org/10.29407/v3djk533>
- Febriani, D., & Pratama, A. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Fitriannas, Y., Mukson, M., & Budiraharjo, K. (2024). Analisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian produk selada hidroponik CV. TFP. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(3), 274–284. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i3.1127>
- Forijati, R., Sugiono, Anas, M., Muchson, M., Subagyo, & Winarsih, T. (2022). Pelatihan digital marketing ibu rumah tangga pelaku usaha mikro di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 573–580. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17040>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Reaching new heights*. Google.
- Hariyono, H., Anas, M., Muchson, M., & Forijati. (2026). Optimalisasi Pemasaran Digital untuk Pengembangan UMKM pada Pedagang Pukis Banyumas Rosita di Kota Kediri. *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 375–387. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i2.826>
- Hidayat, R., & Kurniawan, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen*.
- Irawati, T., Indartono, A., & Atikasari, C. D. (2025). Analisis pengaruh marketing mix 7P terhadap minat konsumen dalam pemasaran bisnis digital. *Proceeding Maritime Business Management Conference*, 4(1). <https://doi.org/10.33863/mbmc.v4i1.4074>
- Kotler, P. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Nirvana, A. A., & Safirin, M. T. (2025). Marketing mix 7P and repeat purchase behavior in café business. *Academia Open*, 10(1).
- Putri, D. A. R. W., Aprilia, D., Faradisi, N. F., Sari, M. K., S.K, I. Y., Muna, N. N., Amin Narsih, D. N., Kurniawan, G. A., Alwi, M. S., Seran, E. D., Arthurandy, R. Y., Ifanka, A. T. C., Irawati, N. R., & Anas, M. (2026). Optimalisasi pemasaran produk UMKM Kelurahan Dermo melalui

- digitalisasi konten kreatif dan pemanfaatan platform e-commerce. In *Proceedings of The National Conference on Community Engagement* (Vol. 3, pp. 1051–1060).
- Rahmadiza, R., Anggraini, N., Humaidi, E., & Noer, I. (2024). Bauran pemasaran produk (marketing mix 7P) terhadap minat beli konsumen emping melinjo Karya Bunda. *Jurnal Manajemen Agribisnis Terapan*, 2(2). <https://doi.org/10.25181/jumaat.v2i2.3696>
- Sari, N., & Nugroho, B. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the effect of marketing mix 7P on purchase decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2019). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.