

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchori, A. H., & Saladin, D. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ebert, J. R., & Griffin, R. W. (2014). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fitriyani, A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha*. Skripsi.
- Hanafi, M. H. (2013). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Haryanto, F. (2018). *Strategi Pemasaran Baju Olahraga Pada Toko Maradon Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Bukit Tinggi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Hendrayani, Eka, D. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, I. (2019). *Perancangan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Olahraga X Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mirawati, Warneri, & Okianna. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Toko Roti Gembul Di Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 10(9), 1–8.

- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. United Kingdom: Macmillan International Higher Education.
- Poluan, F. M. A., Silvya, L., Mandey, & Ogi., M. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan nstant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarjita. (2016). Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar. *Jurnal Bisnis dan manajemen Administrasi*, 3(1), 55–61.
- Siagian, S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2015). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Timbuleng, S, A. L. T., & Lintong, D. C. A. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal EMBA*, 9(2), 78–84.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Prastowo.
- Wardah, N. A., & Harti. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian impulsif Avoskin Di Shopee. *Journal Management Development and Applied Research*, 4(1), 21–32.
- Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widiyanto, G., & Sugandha, S. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1).