

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix 7-p*) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Gaus Basar Lusnarnera, K. F. (2014). Strategic Management Plan Formulation West Southeast Maluku Airport Period 2014-2018. *Jurnal Magister Manajemen*, 1-27.
- Gusriadi, R. (2021). Analisis Pemasaran Produk Pelengkapan Laundry Dalam Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode *Marketing Mix*, SWOT, Dan QSPM (Studi Kasus: Perlengkapan Laundry Karimun) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ilham, H., Handoko, F., & Adriantantri, E. (2023). Pemilihan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT Dan *Wighted Product* Pada UMKM Sambel Pecel Mbak TI. *Jurnal Valtech*, 6(2), 198-207.
- Kumalasari, R. N., Nuryatman, P., Eviana, M., Andriani, S., & Yuhanna, W. L. (2021). Implementasi Strategi *Marketing Mix* Pada Rintisan Usaha Kreatif "Lichaposa". *Jurnal ABDIMAS Budi Darma*, 2(1), 6-11.
- MARCHELITA, S. (2021). Analisis Strategi *Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) Pada Percetakan Anugerah Jaya.
- Musyawahar, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan *Marketing Mix* (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192-202.
- PINEM, J. B. (2021). *Analisis kemampuan siswa menentukan 5W+ 1H dalam teks berita kelas V SD Negeri 064020 Medan tunggal tahun pelajaran 2020/2021* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY).
- Ulfa, P., Ikhwan, S., & Harini, D. (2022). Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Analisis Swot Olahan Bawang Merah Pada PT. Sinergi Brebes Inovatif. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 346-357.
- 'Ulum, M. H. (2016) UJI VALIDITAS DAB UJI RELIABILITAS :www.stikeswch-malang.ac.id
- Utami, M. C. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dosen dalam melanjutkan s3 dengan metode principal component analysis (studi kasus: program studi si/ti fst UIN).
- Vildayanti, R. A. (2020). Analisis strategi *marketing mix* (4p) dalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan jasa periklanan Bigevo di Jakarta Selatan tahun 2019. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 247-272.
- Zahrah, A., Mandey, S. L., & Mangantar, M. (2021). Analisis *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216-226.