

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2).
- Adoe, S., Permadi, I., Herawaty, T., Lutfi, Suhendra, D., Riswandi, R., Zahra, & Randikaparsa, I. (2024). Buku manajemen penjualan & kewiraniagaan. Pangkalpinang: CV Science techno direct.
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Kapriani, Normiyati, N., Sujatmiko, Sitaniapessy, R. H., Sudirman, A., Augustinah, F., Ansari, Zulaikha, Hafipah, Wardhana, A., & Sumarsih. (2024). *Manajemen pemasaran (perspektif digital marketing)*. Bandung: Media sains Indonesia.
- Harahap, I. S., & Bukhori, M. (2025). Determinan faktor peningkatan penjualan industri kreatif di jawa timur. *Jurnal lentera bisnis*.
- Innocento, J., & Safitri, I. D. (2024). Strategi Konsep Marketing Mix-4p Untuk Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Di Kios Gimias Fashion, Periode Penelitian Juni 2023). *Journal Communication Lens*, 4(1).
- Jiang, R. (2024). Analisis 4P pemasaran McDonal's di Amerika Serikat.
- Lie, F. B., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran (4P) Terhadap Tingkat Penjualan Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Masa Pandemi Covid-19 di Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*.
- Nugraheni, M. S., & Purnomo, D. (2024). Analisis Strategi Marketing Mix 4P Pada Halal Bakery Tsabita. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*.

- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*.
- Oktori, Z. Y., & Mega, S. A. (2023). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion (4P) Terhadap Peningkatan Penjualan Minuman Kedai Kopi Mikano.
- Praestuti, C. (2020). Marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada mama-mama penjual noken di oyehe kabupaten nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.
- Ritonga, W. (2022). Manajemen pemasaran.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*.
- Sari, R. (2024). Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Sancai, S., Susanto, S., & Utama, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. Solusi Bangun Andalas, Medan. *Senashtek 2024*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekan baru: Uir press.
- Tanner, J., & Raymond, M. A. (2023). *Principles of marketing (Version 5.0)*. FlatWorld.
- Umar, M., Situmorang, M. K., & Sitepu, C. N. (2025, May). Pengaruh *Marketing Mix* terhadap loyalitas produk telkomsel pada mahasiswa program studi

manajemen universitas quality. In *Prosiding Seminar Nasional PSSH (Pendidikan, Saintek, Sosial dan Hukum)*.

Usman, U. (2021). Efektivitas Brand Image, Brand Trust, Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan “Santri” Pada Santri Putra Dan Putri Pondok Pesantren Darul

Falah Ramban Kulon Bondowoso. *kasbana: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.

Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *tarbiyah: Journal of Educational Science and Teaching*.

TAMA, P. Metode penelitian kuantitatif: untuk mahasiswa psikologi.

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*.