

Daftar Pustaka

- Alihar, F. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN LIPAQ SAQBE MANDAR PADA MALOLO GROUP KABUPATEN POLEWALI MANDAR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 66, 37–39.
https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf
- ARDI. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Property Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Pt. Intan Nirwana Nusantara Di Makassar Skripsi*.
- Arifka, N. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun). *Tesis, IAIN Purwokerto*, 1–129. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9468/>
- Aris, M. (2020). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. MITRA CAHAYA PUTRIE (Study Kasus KaPeGePe): Manajemen Pemasaran. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1–28.
<https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMM/article/view/98>
- Bigne, E., Yousafzai, S., & Basri, S. (2022). Examining the effects of marketing mix elements on consumer purchase intention in the retail industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102716.
- Budiman, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>
- Cahaya, A. D., Ayu kristiani, F., Sari, Nova, D., & Mayrenda, N. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 113–126.
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7P) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.10-19>
- Dadzie, C. O., & Sarkodie, P. N. (2020). Marketing mix elements and consumer purchase intention: Examining the mediating role of perceived value. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101773.
- Hidayat, S. W., Wisnujati, N. S., & Rahayu, M. J. H. S. (2021). Marketing Mix Analysis on Consumer Buying Interests of Moringa Leaf Noodle Products in Malang City. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 115(7), 199–206.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2021-07.20>
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Dimensi*, 11, 200–210. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Kotler, P. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456. www.pearsoncustom.com
- Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada E Commerce di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Teknologi*, 3(1), 41–49.
<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=ZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzIxN2M2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmtpY2F0aW9>

- uLzlwMTkvMTIvMTgvZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2L3N0YXRpc3Rpa
y1ILWNvbW1lcmNILTIwMTkuaHRtbA%3D%3D&twoadfnorfeauf=MjA
- Nurzukhrufa, A. (2022). *Strategi Pemasaran Pengembang Perumahan Saat Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung*. 12(1), 45–57.
- Rahmawanti, A., Handayani, S., & Setyowati, S. (2021). Analysis of 7P Marketing Mix Factors on Consumer Buying Interests Dodol Kawista Cap Dewa Burung in Rembang District. *Habitat*, 32(1), 47–53. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2021.032.1.6>
- Rahmawati. (2021). *Strategi pemasaran pada saat pandemi covid--19*. 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Ramadhani, K. A. (2017). PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT SOPHIE PARIS CABANG SENKANG DI KABUPATEN WAJO. *PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT SOPHIE PARIS CABANG SENKANG DI KABUPATEN WAJO*, 13(3), 1576–1580.
- Salma Firdaus, Tiara Oktarienza, dan V. F. S. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas. *Ekonomi Manajemen Dan Akutansi*, 3(November), 1.
- Tarjo. (2020). The Effect of Marketing Mix on Buying Interest (Study at Mentari Muara Bungo Supermarkets). *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR) International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 52(2), 68–83. <http://gssrr.org/index.php?journal=JournalOfBasicAndApplied>
- Utami, S. R. (2014). Hubungan Antara Status Gizi Dan Tingkat Kebugaran Jasmani Dengan Produktivitas Kerja Pada Tenaga Kerja Wanita Unit Spinning 1 Bagian Winding Pt. Apac Inti Corpora Bawen. *Unnes Journal of Public Health*, 3(4), 39–47.
- Valderama, F. I. (2017). *Strategi Pemasaran Busana Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Usaha*.
- Zakharia, M. S., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P) terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 835–852. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1122>
- Zein Azhar Ramadhan. (2020). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPERTAHANKAN KELANGSUNGAN USAHA PADA SITUASI PANDEMI COVID-19 DI KOTA JAKARTA TIMUR (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Geprek “Jenderal.” 1999(December)*, 1–6.