

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, V. B., & Iriani, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tikar Dengan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion), Ahp (Analytical Hierarchy Process) Dan Topsis Di Cv. Xyz. *JUMINTEN*, 2(3). <https://doi.org/10.33005/juminten.v2i3.281>
- Arniyati Yosephin. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan PT Caprifarmino Laboratories Di Tegal*. 1–23.
- Darsana I Made et al. (2023). Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0).
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, S. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- dwi saputri, A., Handayani, S., & Kurniawan, M. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pt Putra Karisma Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2, 25.
- Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.611>
- Fernanda, A., & Choiriyah. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Pt. Takafur Keluarga Cabang Palembang. *Ekonomika Sharia*, 3(2), 1–12.
- indah kosmiyah. (2020). Pemasaran dan Manajemen pemasaran. *Convention Center Di Kota Tegal*, 938, 6–37.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf
- Marmi. (2012). Panduan Lengkap Manajemen Laktasi. In *Anak Hebat Indonesia*.
- 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: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Nurmala. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Pt. Gandum Jaya Makassar. *Jurnal Inovasi*, 1(1), 123–131.
- Parra-López, E., & Martínez-González, J. A. (2022). Service Marketing Mix. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing: Volume 1-4* (Vol. 4). <https://doi.org/10.4337/9781800377486.service.marketing.mix>
- PT. Lotte Indonesia. (2015). *Produk Lotte Xylitol*. <https://www.lotte.co.id/id/product-details/lotte-xylitol>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Matode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. <https://id.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Syarifah, T., Lailatul Maftukhah, W., Ardina, Z., Nabilah Aini, S., Studi Ekonomi Syariah, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). SWOT Analysis of The Implementation of Marketing Mix 7P in Increasing Sales of PT. *Hanin Wisata*

- Semesta. Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 37–55.
<https://doi.org/10.35905/balanca.v6i1.9553>
- Valerie A. Zethaml, Mary Jo Bitner, dan D. D. G. (2020). *Services marketing interating cutomer focus across the firm (8th ed.)*.
<https://app.box.com/s/fsh1f0b6bgjsrhcp7vq189h2vrvlirrd>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing Peopel, Tecnology, Strategy*.
 In *The Marketing Book: Seventh Edition*.
- Zewdie Wondatir. (1967). *Pemasaran. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April, 9–19.