

DAFTAR PUSTAKA

- Amiroh, I., Rahmi, D., Dwitanti, E., & Supeno, B. (2022). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK BISNIS JASA: BIBLIOMETRIK ANALISIS*. 06(02), 1–14.
- Anggraini, L. P. (2020). Pengaruh brand trust, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk air minum le minerale. *Jom Faperta*, 3(2), 1–9.
- Apnes Nur Setiyawan, Indah Wahyu Utami, & Fery Wisnu Saputro. (2023). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Konsumen Di Dodolan Coffee Solo. *Jurnal Rekayasa Proses Dan Industri Terapan*, 1(3), 155–172. <https://doi.org/10.59061/repit.v1i3.365>
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(2), 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>
- Fadhallah, R. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. 9(4), 2387–2406.

- Hasan, H. (2022). *Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri*. 2(1), 23–29.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). *Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. 3(6), 6707–6714.
- Khaeria, A. N., Murthi, N. L. P. T., Triadji, T. P., & Azizah, C. Y. N. (2023). Pendapatan dan Beban. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 741–745.
- Leda, H. A. (2024). *Bagaimana Langkah-Langkah Analisis Kualitatif Menurut Miles dan Huberman?* Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/hen12684/65cb3df7c57afb69cf72ee02/bagaimana-langkah-langkah-analisis-kualitatif-menurut-miles-dan-huberman>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal*, 3(1), 12–22.
- Mathew, V. (2022). Does Islamic Marketing Mix Affect Consumer Satisfaction? An Analysis of Consumer Perception in the Service Industry. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.297491>
- Nurhidayatulloh, A. (2021a). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Jumlah Pendapatan Pada Umkm Sate Aci Mas Bayu Brebes.

Perpustakaan PHB Repository, 6.

Nurhidayatulloh, A. (2021b). *PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENDAPATAN PADA UMKM SATE ACI MAS BAYU BREBES.*

Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., Kom, S., Kom, M., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media, 02*(2), 34–37. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>

Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian, 1*(No 3), 34–46.

Salmaa. (2022). *Reduksi Data: Pengertian, Tujuan, Langkah-Langkah, dan Contohnya.* <https://penerbitdeepublish.com/reduksi-data-adalah/>

Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar, 2*, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>

Suprihartini, L., Rinaldi, H., Saputra, H. M., Sulaiman, S., Tandra, R., & Krisandi, S. D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi SPSS untuk Statistik Dasar Penelitian bagi Mahasiswa Se-kota Pontianak. *Kapuas, 3*(1), 35–39. <https://doi.org/10.31573/jk.v3i1.527>