

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., & Moonti, A. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Yogyakarta: Seval Literindo Kreasi.
- Andrias, Alisa, A., Wahyuni, L. S., Sri, A. R., Khusnul, K., Widya, W., Sapinah, Wahyono, & Yuana, I. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Selat Media.
- Asir, Husna, Adhitama, Ariyanto, Hardiningrum, Mart, Falimu, & Umiyati. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Widina.
- Bharmawan, A. S. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementasi 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>
- Fauzan, R., Ristiyana, R., Harinie, L. T., Rukmana, A. Y., Januarsi, Y., Sagena, U., Kasingku, F. J., Srisulistiowati, D. B., Kurniawan, D., & Bukidz, D. P. (2023). *Strategi Dan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis*. Jakarta: Global Eksekutif Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=V0zHEAAAQBAJ>
- Febriani, & Dewi. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Hamid, R. S., Setiawan, Z., Simanihuruk, P., Napisah, S., Utami, B., Puspitasari,

- K. A., Sagala, R., Risdiyanto, A., Harsoyo, T. D., & Nuvriasari, A. (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=eUq5EAAAQBAJ>
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di MarketPlace Shopee*. Suraabaya: Media Karya.
- Hasanah, & Abidin. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Academia Publication.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). <https://books.google.co.id/books?id=tHNMEAAAQBAJ>
- Kaja, & Sriyana. (2021). *Komunikasi Administrasi*. Surabaya: Penerbit Lakeisha.
- Kasali, R. (2022). *The Great Shifting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kustiani, N. A. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Laju Kpo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. 21(1), 1–9.
- Lexy, J. Meleong. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Makbul. (2021). *METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN {PENELITIAN}*.
- Muliyati, M. M. (2023). Perencanaan Komunikasi Pemasaran. In *Komunikasi Pemasaran*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=-ammEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA20&dq=komunikasi+pemasaran+dalam+meningkatkan+penjualan&ots=pFksHVJ7N1&sig=0megPAZA0rHQmUMM6GfHan8cMPs%0Ahttp://repo.ppb.ac.id/286/1/E> Book Komunikasi Pemasaran Des 2022_compressed.pdf#p
- Mulyana, Deddy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Oktarina, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Surabaya: Deepublish.
- Padani, S., & Dwi Mulyaningsih, H. (2023). Pengaruh Quality Product terhadap Minat Beli yang di Moderasi Oleh Service Quality. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 91–98. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.5811>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Qurtubi, A. (2023). *Perilaku Organisasi*. Surabaya: Jakad Media Publishing. https://books.google.co.id/books?id=He_4DwAAQBAJ
- Rifa'i, M. (2020). Manajemen Bisnis. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3). Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Rinnanik. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=p-cdEAAAQBAJ>
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 14. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.186>
- Rumondang, A. (2022). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Saleh, M. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Surabaya: SAH MEDIA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Alfabeta

CV.

Sukardi. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Surabaya: Bumi Aksara.

Suryaningsih, I. B. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Dan Indikator Pengukuran*. Aceh: Samudra Biru.

Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian*. Penerbit ANDI.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Bumi Aksara Group.