

6. DAFTAR PUSTAKA

- Al Anshori, F., Musahidah, U., & Triyono, D. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry*. 2(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.61111/great.v2i2.917>
- Desma Yunita, L., Tri Handayani, dan, Administrasi Niaga, J., & Negeri Bengkalis, P. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14.
- Devi, S. P., Mahardhika, E. H., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Marketing Mix dan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 56–76. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3139>
- Kotler et al., P. (2021). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Kartajaya, Hermawan., & Hooi, D. Huan. (2023). *Entrepreneurial marketing : beyond professional marketing*. Wiley.
- Ma'ruf, S. (2024). Integrated Marketing Communication: a Literature Review. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(1). <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Mohammadian, M., Elham, ;, Habibi, S., & Habibi, E. S. (2022). The Impact of Marketing Mix on Attracting Audiences to the Cinema. *International Business and Management*, 5(1), 99–106. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820120501.1010>
- Nurngaeni, A., & Strategi, A. (2021). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 4, Issue 2).
- Setiarini, A. T. (2015). *Strategi Positioning dan Diferensiasi dalam Upaya Membangun Brand, Studi Kasus Ngayogyajazz* (Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jtks.v1i2.1641>
- Shoib, A. A., Ayu Putriana Dewi, Dynda Prista, Fajar Dio Wahyu, & Sudarmiatiin. (2024). Analisis Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada UMKM Pengrajin Keramik. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(4), 91–98. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i4.3419>

Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., Faizah, N., & Huda, S. (2019). Strategi Integrated Marketing Communication Produk The Red Ginger Al-Ghozali di Tambak dalam Baru Surabaya. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 9, Issue 2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>

Trisnawati, N. (2024). *Pengaruh Direct Marketing, Personal Selling, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan di PT Satria Kencana Medika Bekasi*. 7(1). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1>

