

## DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, A., & Mariela, Y. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Cathay Pacific Travel Fair 2020*. 04(1), 292–301.
- Detta, V., Hudzaifah, M. A., Tandiyuk, J., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Inovasi Produk Dan Layanan Sebagai Strategi Utama Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. 3(1), 1–5.
- Dzalila L., Annisa A., Saifuddin Z. (2020). *Pengaruh Pembelajaran Daring padamasa Pandmi Covid-19 terhadap Tingkat Pemahaman Belajar Mahasiswa*. Jurnal Signa, 8(2) (89-214)
- Hadiani, R., & Nurfadilah. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Dbl Ardiles Pada Klub Bola Basket Bintang Muda.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
- Indonesia, K. (2023). *8 Hal Yang Harus Diperhatikan Sebelum Mulai Usaha Kuliner*. <https://kassen.com.tw/8-hal-yang-harus-diperhatikan-sebelum-mulai-usaha-kuliner/>
- Khoiri Abdi, M., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(2), 160–178. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi-13*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mardius, T. A., Haryadi, R. N., Riyanto, S., Hm, U., Bina, S., Cileungsi, M., Aziz, T., Stebis, M., & Cileungsi, B. M. (2023). The Effect of Marketing Mix and Brand Image towards Interest of Students at Riyadlul Jannah Islamic High School Jonggol. *International Journal of Sharia Business Management (IJSBM)*, 2(2), 2828–5891.
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional*. 5(2), 135–147. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2023). Pendampingan Branding untuk Meningkatkan Citra dan Keberhasilan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah Branding Assistance to Improve the Image and Success of Dapur Gemilang Fitriyah KKN Tematik bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengemban. 1(3).
- Putri, B. R. T. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. In *Liberty, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Putri, M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Widya, S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). *Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif pada Produk Kosmetik*. 3(1), 1–9.
- Rangkuti, Freddy. (2018). Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Elmpat. Jakarta : PT Grameldia Pustaka Utama
- Simanjuntak, M., Sumarwan, U., & Situmorang, A. D. (2020). The effect of marketing mix and brand image on customer loyalty of remixed mortar. *Independent Journal of Management & Production*, 11(2), 450. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i2.963>
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, PT. Alfabeta: Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). Manajemen Pemasaran: Konsep, Pendekatan, dan Strategi. (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiraditi, R. B., & Sudibyoy, A. G. (2020). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Brodo Ganesha Indonesia. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 2(1), 51–72. [www.bro.do](http://www.bro.do)
- Yustika Putri, T., Anggraini, T., Daim Harahap, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (n.d.). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tenis (Teh Nikmat Sidamanik). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 2023