

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). Metode penelitian kualitatif, (Cetakan 1), Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alimin, E., et all., (2022), Manajemen Pemasaran : kajian pengantar di era bisnis modern, (Cetakan 1), Batu Layar: Seval Literindo Kreasi
- Aryani, M. (2021). analisis *Digital Marketing* pada hotel kila di kabupaten lombok barat terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Visionary (VIS) Prodi AP UNDIKMA*, vol. 29, no. 1, pp. 22-32.
- Budiyanto, T., Kojo, C., & Tawas, H. N. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, no. 4, vol. 16, pp. 488-500.
- Diah Pratami, R., & Setiawan, F. (2022). Analisis Strategi Resiliensi UMKM Tempe Khas Ngrayun Ponorogo. *The Academy Of Management and Businnes*, no.3, vol. 1, pp 127–133.
- Diem, M. J., & Diem, D. A. R. (2014). Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Konsumen Studi Kasus: PT. Rasa Prima Selaras Palembang., pp. 43–48.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan. (Vol. 113), Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Fuad, A., & Nugroho, K. S. (2014). Panduan Praktis Penelitian Kualitatif, (Cetakan Pertama), Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gunawan Chakti. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*, (Cetaka Pertama), Makassar : Celebes Media Perkasa.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek*, no. 1, vol. 6, pp 339-344
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). Analisis Data Kualitatif (cetakan pertama), Makassar: Sekolah Tinggi Theology Jaffray.
- Hendrawansyah. (2021). Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Toko Mr. Daeng Kota Makasar. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Makassar:Universitas Muhammadiyah.
- Katuuk, M. O., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica. *E-Journal "Acta Diurna"*, no. 5, vol. 5, pp 1-10

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran, (Alih Bahasa: Bob Sabran), (edisi 12), Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (S. Yagan, Ed.; 14 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lestari, E. R. (2019). Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif (Cetakan Pertama), Malang: UB Press.
- Mukhtar. (2013). Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif (Cetakan Pertama), Jakarta : GP Press Group
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, no. 1, vol. 1, pp 1-12.
- Prakosa, A., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Abdul's Group Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no.1, vol. 1, pp 1-10
- Purnama, D., & Naufal Ardhana, A. (2021). Tinjauan Atas Bauran Produk Pada Sekaligali Kopi. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, no.2, vol. 1, pp 141-146.
- Putri, N. T. (2022). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (Cetakan Pertama), Padang: Andalas University Press.
- Rachmadi, T. (2020). The Power Of *Digital Marketing* (Vol. 1), Bandar Lampung :Tiga Ebook.
- Raga, H. E., et all., (2021). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, No. 2, vol. 2, pp 512-520.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, no.2, vol.1, pp 213–223.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital Marketing* Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based *Digital Marketing* As A Strategy To Improve Customer Satisfaction. *Cakrawala*, no. 2, vol 10, pp 107–112.
- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif, (Cetakan 1), Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alimin, E., et all., (2022), Manajemen Pemasaran : Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern, (Cetakan 1), Batu Layar: Seval Literindo Kreasi
- Aryani, M. (2021). Analisis *Digital Marketing* pada hotel kila di kabupaten lombok barat terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Visionary (VIS) Prodi AP UNDIKMA*, vol. 29, no. 1, pp. 22-32.

- Budiyanto, T., Kojo, C., & Tawas, H. N. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, no. 4, vol. 16, pp. 488-500.
- Diah Pratami, R., & Setiawan, F. (2022). Analisis Strategi Resiliensi UMKM Tempe Khas Ngrayun Ponorogo. *The Academy Of Management and Businnes*, no.3, vol. 1, pp 127–133.
- Diem, M. J., & Diem, D. A. R. (2014). Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Konsumen Studi Kasus: PT. Rasa Prima Selaras Palembang., pp. 43–48.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan, (Vol. 113), Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Fuad, A., & Nugroho, K. S. (2014). Panduan Praktis Penelitian Kualitatif, (Cetakan Pertama), Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gunawan Chakti. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*, (Cetaka Pertama), Makassar : Celebes Media Perkasa.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek*, no. 1, vol. 6, pp 339-344
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). Analisis Data Kualitatif (cetakan pertama), Makassar: Sekolah Tinggi Theology Jaffray.
- Hendrawansyah. (2021). Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Toko Mr. Daeng Kota Makasar. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Makassar: Universitas Muhammadiyah.
- Katuuk, M. O., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica. *E-Journal "Acta Diurna"*, no. 5, vol. 5, pp 1-10
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran, (Alih Bahasa: Bob Sabran), (edisi 12), Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (S. Yagan, Ed.; 14 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lestari, E. R. (2019). Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif (Cetakan Pertama), Malang: UB Press.
- Mukhtar. (2013). Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif (Cetakan Pertama), Jakarta : GP Press Group

- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, no. 1, vol. 1, pp 1-12.
- Prakosa, A., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Abdul's Group Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no.1, vol. 1, pp 1-10
- Purnama, D., & Naufal Ardhana, A. (2021). Tinjauan Atas Bauran Produk Pada Sekalikasi Kopi. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, no.2, vol. 1, pp 141-146.
- Putri, N. T. (2022). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (Cetakan Pertama)*, Padang: Andalas University Press.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing (Vol. 1)*, Bandar Lampung :Tiga Ebook.
- Raga, H. E., et all., (2021). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, No. 2, vol. 2, pp 512-520.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, no.2, vol.1, pp 213–223.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital Marketing* Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based *Digital Marketing* As A Strategy To Improve Customer Satisfaction. *Cakrawala*, no. 2, vol 10, pp 107–112.
- Rokim, Muh. A., Lubis, N., & Wijayanto, A. (2013). Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Raya Sri Ratu Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no. 1, vol.3, pp 1–9.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Cetakan ke-5)*, Bandung: Alfabeta.
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus pada UMKM MITA). *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, no. 1, vol. 13, pp 60-72.
- Suyaman, D. J., et all., (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya: (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, no, 1, vol 4, pp 472–587
- Suwadi, Widodo., et all., (2021). *Pengantar Manajemen*, Ponorogo: Eureka Media Aksara.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, no.1, vol. 2, pp 136-146.

Wijoyo, H. (2021). Manajemen Pemasaran (Cetakan Pertama), Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). Manajemen Pemasaran: (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Deepublish Publisher

