

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ali, H. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Amstrong, K. &. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, K. d. (2008). *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, K. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Jakarta: Erlangga.
- Bilung, S. (2016). *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor honda pada CV Semoga Jaya di Area Muara Wahau*. Kabupaten Kutai Timur: Ejournal Administrasi Bisnis, 116-127.
- Broderick, A. &. (2005). *Integrated marketing communications*. Uk: Pearson Education.
- Cai, J. (2002). *Keabsahan Kontrak Elektronik (Electronic Contract) dalam Transaksi Bisnis Menurut Hukum di Indonesia*. Universitas Sumatera Utara: Doctoral dissertation.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Duaja, M. D. (2024). *Pengelolaan dan Pemasaran Destinasi Wisata Pedesaan Berbasis Komunitas*. Indonesia: Salim Media Indonesia.
- Hamzah, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen UD. Aji Jaya Makmur Di Morowudi Cerme Gresik*: Doctoral dissertation, Universitas Wijaya Putra).
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Umum.
- Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

- Hermawan, A. (2013). *Promosi Dalam Kegiatan Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Hermawan, A. (2013). *Promosi Dalam Kegiatan Prioritas Pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Hermawan, H. (2015). *nalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di Jember*. Jember: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 1(2).
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, F. B. (2012). *Passenger Air Service in Michigan's Upper Peninsula*. Upper Peninsula: Overview and Analysis.
- Kotler, P. &. (2006). *Marketing Management 12th Edition*. New: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, Pearson Education, Inc: jakarta.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Marketing Edisi ke 13*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2015). *Marketing*. . Pearson Higher Education AU: AU.
- Morgan, N. (2007). *Meeting the destination branding challenge*. In Destination branding (pp. 73-92). Routledge.: Routledge.
- Nurhayaty, M. (2022). *Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis*. Kabupaten Ciamis: Jurnal Media Teknologi.
- Pane, D. N. (2018). *Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro*. alfamart cabang ayahanda: Jument, 9(1), 13-25.
- Putra, A. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT WISATAWAN UNTUK DATANG BERKUNJUNG KE*

OBJEK WISATA KOTA TANGERANG (STUDI KASUS DI WISATA KULINER PASAR LAMA) . Universitas Buddhi Dharma: Doctoral dissertation.

Schultz, E. A. (2015). *Characterizing the taphonomically active zone in subtropical peat from Barnes Sound in Key Largo*. Florida: Doctoral dissertation.

Sukotjo, H. &. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan*. Surabaya: Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 1(2), 216-228.

Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.

Susanto, E. T. (2014). *SINERGI EKUITAS, LOYALITAS, MARCOM DALAM MEREK. MARCOM DALAM MEREK.: DeKaVe*.

Teguh, H. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Tiana, N. E. (2012). *Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Bauran Pemasaran* . Surabaya: BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF, 4(2), 126-140.

Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Ed III*. Yogyakarta: ANDI.

Utami, R. D. (2019). *Analisis Penggunaan Instagram sebagai Strategi Promosi Kuliner di Solo Jawa Tengah: Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram@ kulinerdisolo*. Jawa Tengah Solo: Doctoral dissertation, Program Studi Komunikasi FISKOM-UKSW.

Voigt, C. (2018). *he fragmentation of the South African magazine market: The spawning of niches*. Stellenbosch University: Doctoral dissertation, Stellenbosch.

Wasana. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi*. Jakarta: Erlanga.

Yulianita, N. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Universitas (P2U).

