

DAFTAR PUSTAKA

- Nanda, A. Y. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Bagi Pengguna E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(1).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kotler Dan Amstrong (2017;29). Pemasaran Merupakan Proses Sosial Yang Termanajerial.
- Haryati, Y., Nopidia, E., Septiani, E., & Laeli, F. (2020). Strategi Pendampingan Melalui Bauran Pemasaran Di BMT NU Sejahtera KC Harjamukti Dalam Menghadapi Masa Pandemi. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 262-272.
- Sudarsono (2020;2). Proses Pemasaran Meliputi (Pengorganisasian, Pengarahan, Dan Kordinasi).
- Sudarsono (2020;4) Manajemen Pemasaran Pengambaran Sebuah Perbedaan Pemikiran Antara Konsep Penjualan Dan Konsep Pemasaran.
- Kotler & Keller (2016). Implementasi Strategi Pemasaran.
- Kotler Dan Keller (2012:25). Strategi Pemasaran Terdiri Dari 4P Yakni Product, Price, Promotion Dan Place.
- Hurriyati R (2018) DALAM (Ismianti,2023), Bauran Pemasaran Adalah Beberapa Unsur Internal Yang Sangatlah Penting Guna Pembentukan Program Pemasaran.
- Kotler & Amstrong (2018). Bauran Merupakan Sekumpulan Alat Pemasaran Teknis Oleh Perusahaan Dalam Rangka Menciptakan Respon Yang Diharapkan Dari Pasar Sasaran.
- Chasanah,(2013). Bauran Pemasaran Terdapat 10P Yang Terdiri Seperti:”Product, Place, Price, Promotion, Profrsional, People, Public, Power, Pressure, Dan Performance.
- Kanuk Dan Schiffman Dalam (Sumarwan, 2015). Bahwasanya Prilaku Konsumen Mencerminkan Proses Dimana Konsumen Membuat Dan Mengambil Keputusan Pembelian.

Kotler Dan Amstrong (2014). Faktor Budaya, Faktor Social, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologi Merupakan Pengaruh Dari Prilaku Konsumen. Menurut Philip Kotler (Dalam Fadilla,2015). Strategi Diferensiasi Merupakan Suatu Tindakan Dalam Merancang Atau Membuat Perbedaan Suatu Peroduk.

Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing Pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20-27.

Wardianto, W., Halim, A., & Zebua, Y. (2023). Mengukur Kepercayaan Dan Promosi Mahasiswa Terhadap Pembelian Melalui Aplikasi E-Commerce Di Universitas Labuhanbatu. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 7(1), 1875-1881.

Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).

Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 31-38.

Susanti, S. (2023). Strategi Video Profile Dalam Menunjang Promosi Dan Meningkatkan Brand Awareness Pada Studi Kasus Smk Grafika Kota Tangerang. *ADVIS (Journal Of Advertising)*, 2(1).

Samalam, A. A., Rondunuwu, D. O., & Towoliu, R. D. (2016). Peranan Sektor Akomodasi Dalam Upaya Mempromosikan Objek Dan Daya Tarik Wisata. *Hospitality And Tourism*, 3(1).

Purnama, R., & Pralina, A. R. (2016). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung. *Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 973-982.

Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga Nike (Studi Pada Pengguna Sepatu

- Olahraga Nike Di Kota Kendal). SEIKO: Journal Of Management & Business, 4(3), 357-369.
- Widjaja, Y. R. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. Jurnal Sains Manajemen, 5(1), 1-13.
- B. D. Prasetyo (2020: 37) Menjelaskan Bahwa Inovasi Produk Melibatkan Ide Baru Yang Menarik Dan Bisa Dikembangkan Untuk Strategi Serta Pengembangan Yang Efektif.
- Menurut Kotler & Keller (2016, Hlm. 32) Ada Dua Konsep Utama Dalam Inovasi Produk: Keinovatifan Dan Kapasitas Untuk Berinovasi.
- Setiadi, F. P. (2017). Pengaruh Pengembangan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Giordano Indonesia (Studi Kasus Pada Mall Paris Van Java Di Kota Bandung) (Doctoral Dissertation, Universitas Widyatama).
- Kotler & Armstrong (2016, Hlm. 233), Indikator-Indikator Inovasi Produk.
- Khusnul Khotimah, A Nur Aini, (2021). Pengaruh Strategi Diferensiasi produk Terhadap Peningkatan Laba Penjualan. Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora Vol. 1 No. 3, Desember 2021
- Toggdly, E (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Beliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan
- Asnia T, Umrah (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng Muchlis. Jurnal Ilmiah METANSI "Manajemen Dan Akuntansi" Volume 5 Nomor 1, April 2022 P-ISSN:2621-4547e-ISSN:2723-7478
- Nugeraha , Z (2013). Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt.
- Seratus Sembilan Saudagar Makassar. Journal Of Chemical Information And Modeling Tahun 2013 Vol. 53 Issue. 09 Page:1689-1699
- Mahendra, A (2018). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. La Genius International Group Cabang Medan.

- Nugraha, K (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Annual Pass Pada Trans Studio Bandung. Jurnal Ilmiah Fakutlas Manajemen Dan Bisnis Universitas Padjajaran Bandung ISSN Print: 0216 - 7743 ISSN Online: 2528 1445
- Pratomo, A (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar Di Hotel Benua Bandung. Jurnal BINUS University Jln. K. H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480 Rahadian.Da Ni@Gmail.C Om; Pratomo.Adit Hya@Yahoo. Com Jurnal
- Karyawa, K (2017). Pelaksanaan Bauran Promosi PT Lovely Holidays Tour And Travel Dalam Meningkatkan N Penjualan Paket Wisata. Jurnal Universitas Sumatera Utara Medan 2017
- Saadatul, S (2022). Pengembangan Inovasi Produk Dan Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Umkm Makanan. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat Vol. 3 | No. 1 | 2022 | Hal. 9-16 Pengembangan
- Nasution (2020), Hipotesis Dapat Dikelompokkan Menjadi Dua Kategori Berdasarkan Rumusan Dan Metode Perolehannya.
- (Wijaya, 2020:63) Strategi Diferensiasi Merupakan Kemampuan Suatu Perusahaan Menciptakan Sesuatu Yang Dapat Dirasakan Oleh Seluruh Industri Sebagai Hal Yang Unik Atau Berbeda.
- Sugiyono (2017) Mendefinisikan Populasi Sebagai Kelompok Objek Atau Subjek Yang Memiliki Karakteristik Dan Atribut Tertentu Yang Ditetapkan Oleh Peneliti Untuk Diteliti Dan Dianalisis.
- Sugiyono (2016:118), Sampel Adalah Bagian Dari Populasi Yang Mewakili Karakteristik Tersebut.
- Septianingsih, H., Kirana, K. C., & Subiyanto, D. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Disiplin Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Balai Pelestarian Cagar Budaya Diy). Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 10(1), 41-61.
- Kurniawan, T. (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Jersey Basket Merek Indonesia Jersey (Studi

Pada Kelompok Pemain Basket Sarkies Di Kota Malang) (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Malang).

(Azhar Susanto 2017:40). Data Primer Adalah Informasi Yang Diperoleh Secara Langsung Dari Subjek Penelitian.

(Sujarweni, 2020:94). Pengertian Kuisisioner Sebuah Pengumpulan Data.

Kriyantoro (2020,274), Skala Likert Digunakan Untuk Menentukan Sikap Seseorang Terhadap Sesuatu.

Nasution Dalam Sugiyono (2020:109), Observasi Adalah Metode Di Mana Peneliti Melakukan Pengamatan Langsung Untuk Memperoleh Pemahaman Yang Lebih Mendalam Mengenai Data Dalam Konteks Sosial Yang Lebih Luas.

(Ghozali, 2012). Derajat Kebebasan (Df) = $N-2$, Di Mana N Adalah Jumlah Sampel Dan $\alpha = 0,05$, Uji Signifikansi Dilakukan Dengan Membandingkan Nilai R Hitung Dengan R Tabel. Jika Nilai R Hitung Lebih Besar Dari R Tabel Dan Positif, Maka Indikator Tersebut Dianggap Valid.

Sugiyono (2017:130) Menjelaskan Bahwa Uji Reliabilitas Mengukur Sejauh Mana Pengukuran Yang Dilakukan Pada Objek Yang Sama Menghasilkan Data Yang Konsisten.

Santoso (2015) Menjelaskan Bahwa Tujuan Dari Analisis Regresi Adalah Untuk Mengukur Sejauh Mana Variabel Independen Memengaruhi Variabel Dependen.

Menurut Santos (2013), Uji F Digunakan Untuk Mengevaluasi Pengaruh Variabel Independen Secara Keseluruhan Terhadap Variabel Dependen.

Sugiono (2018:267), Uji Validitas Melibatkan Perbandingan Antara Data Yang Dilaporkan Oleh Peneliti Dengan Data Yang Sebenarnya Terjadi Pada Subjek Penelitian.

Yanti, (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* Vol 1, No 1 (2022) ISSN (Cetak) 2621-7406 ISSN (Online) 2656-6265.