

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdussamad, D. H. Z., & Rapanna, D. P. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
<https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAQBAJ>
- Elliyana, E., Kadir, T. S. A. H., YulianI, B. I., Dwita, H. M. F., Lidiana, N. K. B., Abdurohim, Y. S., Marlinah, E. E. A. L., & Rachman, H. G. S. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran (Y. Umayu (ed.))*. Ahlimedia Press.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel (Edisi Ketiga)*. Bandung. Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mann, S. (2016). *The Research Interview : Reflective Practice and Reflexivity in Research Processes*. PALGRAVE MACMILLAN.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication.
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, Fitra, Aryawati, N. P. A., Ridha, N. A. N., Milasari, L. A., Siagian, A. F., & Martono, S. M. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Widina Media Utama.
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing (Konsep dan Strategi)*. Cirebon: Insania Team
- Rismiati, E. Catur dan Suratno, Bondan. (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kansinun.
- Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (2023). *Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara*. Sebuah Tinjauan Pustaka.
- Saragih, L., Muhamad, L. F., M.M, Korosando, F., Nurkomariyah, S., Mutiasari, A. I., Andayani, S. U., Nurchayati, Herdiansah, R., Amruddin, & Hartono, R. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Cendikia Mulia Mandiri.

- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. A. S. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. UMSIDA Press Redaksi.
- Sari, S. P., Handriansyah, A. E., Anwar, W., Suryaningsih, N., Jubaedah, E., Rustandi, R., Widiyanti, T., Astuti, I. P., & Alirejo, M. S. (2024). *Operations & Supply Chain Management*. Pradina Pustaka.
- Solehudin, D., Hasan, H., Santosa, B., Utama, F. Y., Rahayu, I. A. T., Suprpto, D. A., Syofya, H., Sani, C., Wulandari, R., & Andaria, A. C. (2024). *Dasar Kewirausahaan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Media Pressindo.
<https://books.google.co.id/books?id=ze29EAAAQBAJ>
- Syafrida, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Wahyudi, W., Maulana, A. J., Widyanto, R., Rahayu, A., Effendy, I. R., Efitra, E., & Uzma, I. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=ZmkcEQAAQBAJ>
- Walenta, A. S. (2023). *Pengembangan Citra Pariwisata di Kabupaten Poso*. Feniks Muda Sejahtera. <https://books.google.co.id/books?id=OGyuEAAAQBAJ>

JURNAL/ARTIKEL:

- Adwan, F. A., Rustiawati, Y., & Puspapratwi, D. (2022). Analisis Penetapan Harga Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Kopi Saluan di Desa Tontouan, Banggai. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 581.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.22>
- Ajayi, V. O. (2023). A Review on Primary Sources of Data and Secondary Sources of Data. *Universal Journal of Arts, Humanities, Science and Technology Education Research (UJAHSTER)*, 2(3), 3–5.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.16739602>
- Alsharif, A. H., Salleh, N. Z., Abdullah, M., Khraiwish, A., & Ashaari, A. (2023). Neuromarketing Tools Used in the Marketing mix : A Systematic Literature and Future Research Agenda. *Sage Open*, 13(1), 1–23.
<https://doi.org/10.1177/21582440231156563>

- Batat, W. (2022). Why is the traditional *marketing mix* dead ? Towards the “ experiential *marketing mix* ” (7E), a strategic framework for business experience design in the phygital age. *Journal of Strategic Marketing*, 32(2), 1–13. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2129745>
- Doerksen, L. (2022). The subject-as-object problem. *Inquiry: An Interdisciplinary Journal of Philosophy*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2022.2114936>
- Latif, M. R., Engka, D. S. ., & Sumual, J. I. (2018). Pengaruh Persepsi tentang Modal Usaha, Lokasi, dan Jenis Dagangan terhadap Kesejahteraan Pedagang di Jalan Roda (Jarod) Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(5), 174–185.
- Lestari, A., & Maisyura. (2023). Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline pada Toko Kanaya Collection di Kota Negeri Lama Labuhan Batu Sumatera Utara. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 284. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i2.14219>
- Lim, W. M. (2025). What Is Qualitative Research ? An Overview and Guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 199–229. <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. ., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, 2(1), 15–26.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastriya ,Maika, M. Ruslianor. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 6(03), 693–702.
- Tambayong, J. D., Silvya, L. M., & Imelda, W. J. O. (2021). Analisis Pengaruh Marketing mix (4P) terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam

Penyet Sugi Rasa Khas Cirebon Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 131–140.

SKRIPSI/TESIS:

Azhari, Rizki. (2018). *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Hubungan Masyarakat dan Pemasaran Langsung iB Hasanah Card terhadap Keputusan Penggunaan iB Hasanah Card pada Nasabah Bank BNI Syariah*. Skripsi Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.

Dalimunte, Ratih Andani. (2022). *Analisis Strategi Marketing mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada Master Bakery*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Fitrahana, S. E. (2024). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Kopi Robusta di Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Jember*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Zulkarnain. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha melalui Kualitas Produk dan Penetapan Harga pada Bengkel Las Ikhlas Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah)*. (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).

WEBSITE:

Badan Pusat Statistik Indonesia. (20 Februari 2024). Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Provinsi dan Jenis Kendaraan (unit), 2023. Diakses pada 30 Oktober 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VjJ3NGRGa3dkRk5MTIU1bVNFOTVVbmQyVURSTVFUMDkjMw==/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-provinsi-dan-jenis-kendaraan--unit---2023.html?year=2023>

Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Selatan (2024). Jumlah kendaraan bermotor menurut kabupaten/kota dan jenis kendaraan di Provinsi Kalimantan Selatan (unit), 2024. Diakses 15 Juni 2025, dari <https://kalsel.bps.go.id/id/statistics>

table/3/VjJ3NGRGa3dkRk5MTIU1bVNFOTVVbmQyVURSTVFUMDkj
Mw==/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-
kendaraan-di-provinsi-kalimantan-selatan--2019.htm