

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Krisdianto, K. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi di Jombang. JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.64>
- Amalia Putri, E., Tajriani, A., Syifa, A., Andi Rivai, A., Amri Perbankan Syariah, A., & Muhammadiyah Hamka, U. (2022). *Penerapan fungsi MSDM untuk mengembangkan produktivitas kerja karyawan di lingkungan perusahaan Unilever Indonesia. Insight Management Journal*, 2(3), 81–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.156>
- Anwar, M. (2019). *Konsep, Karakteristik Dan Wilayah (Scope) Kajian Manajemen Kurikulum Bahasa Arab. Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 1(01), 37. <https://doi.org/10.32332/al-fathin.v1i01.1188>
- Ardiansyah, H. (2021). *Human Resource Management in Quality Improvement of ZIS Management at LAZISMU Purbalingga in the New Normal Era. Journal of Business Management Review*, 2(2), 147–161. <https://doi.org/10.47153/jbmr22.1072021>
- Azizah, S., & Astuti, M. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Salon Aura Depok Dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 645–652. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1127>
- Bangsa, L. C. A. (2024). *Hubungan Paradigma, Strategi, dan Tantangan dalam Konsep Pemasaran Ladisa. JUMBA (JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSSINESS ALIFANA)*, 02(02), 87–96. <https://jurnal.yabb.or.id/index.php/jumba/article/view/52>
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). *Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), iii–iv. <https://doi.org/10.7454/jps.2022.11>
- Basalamah, J., & Ashoer, M. (2020). *Konsep Dasar Manajemen. E – Jurnal Riset Manajemen*, 07(July), 146. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpkp/article/view/4045>
- Darim, A. (2020). *Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten. Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 22–40. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v1i1.29>
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>

- Hengki Primayana, K. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Perguruan Tinggi*. *Jurnal Penjaminan Mutu*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.25078/jpm.v1i2.45>
- Kotler, P., & Amstrong, G. M. (2012). *Dasar - Dasar Pemasaran* (B. Molan (ed.); 2nd ed.). Prenhallindo.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital* (A. Tarigan (ed.)). Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erangga.
- Lubis, A. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*. *Universitas Medan Area*, 1.
- Mofino, M., & Irianto, Y. N. (2023). *Analisa Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Penjualan Di Dewata Store*. *Jurnal Administrasi Dan ...*, 1. <https://ejournalstiaasysyafiiyah.ac.id/index.php/adam/article/view/12>
- Mubarak, M. Z., & Mulyana, M. (2021). *Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya Hapsawati*. *Pharmacognosy Magazine*, 5(2), 399–405. <https://doi.org/10.31227/osf.io/nqyzd>
- Muhammad Asir, Yuniawati, R. A., Mere, K., Sukardi, K., & Anwar, M. A. (2023). *Peran Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Studi Manajemen Sumber Daya Manusia*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 32–42. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.844>
- Nickels, W. G., McHugh, J. M., & McHugh, S. M. (2019). *Understanding Business, 12th Edition* (C. Prodger (ed.); 12th ed.). Mc Graw-Hill.
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). *Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.62861/jimat%20amsir.v1i1.151>
- Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir*. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 152. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>
- Poluan, F. M. ., Mandey, S., & Ogi, I. W. . (2019). *Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24043>
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2018). *Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–17. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/383>

- Rangkuty, D. M. (2021). *Komunikasi, Ekonomi Kreatif dan Pemulihan Pembangunan Global* (A. R. L. Teluma & M. J. Nur (eds.); 1st ed., Vol. 3, Issue 1). Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram.
- Riantono, I. E. (2019). *Pengelolaan Manajemen Modern dalam Mewujudkan Good Corporate Governance: Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan*. *Binus Business Review*, 5(1), 315. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i1.1219>
- Sari, N., & Sari Sitompul, S. (2023). *The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, Packaging And Product Knowledge On Purchase Decisions Of Skintific Product On Pelita Indonesia Students In Pekanbaru*. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.58794/bns.v3i1.445>
- Sedarmayanti. (2019). *Good Governance (Kepemerintahan Yang Baik) dan Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan Yang Baik)* (R. S. Kuntorini (ed.); 3rd ed.). Mandar Maju.
- Sidabutar, T., Amini, Banurea, T., Nasution, A., & Sadikin, A. (2023). *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Pendidikan*. *Pendidikan Dan Konseling*, 5, 1885–1890. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11237>
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., BR Kembaren, L., & Dwi Saiful Qhozi, M. (2023). *Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641–1650. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. In *Bandung Alf*. Alfabeta.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2019). *Pengantar Manajemen* (I. Fahmi (ed.); 12th ed.). Prenadamedia Group.
- Wahyuddin, M. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Furnitur Angkasa Rahmat Unaaha*. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 335–344. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.37>
- Yudha, A. T., & Rahma, A. N. D. (2023). *Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pelanggan Pada E-Commerce "Tokopedia" Di Kota Medan*. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 861–876. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.682>
- Yunita, Z., Susanto, E. R., & Ulum, F. (2023). *Sistem informasi manajemen monitoring kemajuan pekerjaan konstruksi pada pt pln up3 kota metro. ... Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 170–178.