

DAFTAR PUSTAKA

- Carl, M., & Carl, V. C. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PERUSAHAAN*. 3(2), 19–37.
- Dakwah, M., Dakwah, F., Sunan, U. I. N., & Djati, G. (2022). *Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah*. 1, 85–106.
- Febrina, R., Hukum, F., & Kuning, U. L. (2022). *Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha*. 2(1), 121–127.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). *Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia*. 4.
- Harefa, L. N., Mendrofa, Y., Harefa, I., Zalukhu, Y., & Nias, U. (2024). *Analisis Efektivitas Marketing Mix Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Restoran Grand Kartika Di Kota Gunungsitoli*. 8, 745–753.
- Idris, M. (2023). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha makanan siap saji bakso abang ahnaf di kota palopo*.
- Irawan, D. (2020). *Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*. X(2), 103–116.
- Kafe, P., Sukanagara, D. I., Hegiarto, A. S., & Ristiani, R. N. (2024). *PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN (Studi kasus pada Haku Kafe)*. 9(204).
- Kecil, I., Bordir, M., Ekonomi, F., & Widyagama, U. (1999). *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan , Kemampuan Manajemen , dan Strategi Bisnis*. 46–58.

Kusdiana, Y., Zanra, S. W., Suryadi, N., & Nurjanah, D. (2026). *Pendahuluan. 1*, 94–103.

Loyalty, C. (2020). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat) pengaruh. 11*(1), 1195–1214.

Mas, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). *Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price , Product , Place , Promotion) Pada Pt . Haluan Riau. 5*(2), 79–86.

Maulana, M. R., & Masrofah, I. (2025). *Analisis Marketing Mix 4P dan Swot dalam Meningkatkan Penjualan Buah (Studi Kasus : PT Darutaqwa Toserba Selamat). 284–291*.

Maulida, A., & Sari, R. R. N. (2026). *IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PADA USAHA RUMAH MAKAN SEKAI DI PARE. 3*(1), 27–34.

Mutoharoh, U., Saryono, O., Setiawan, I., Ekonomi, F., & Ciamis, U. G. (2022). *TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi Kasus pada PT . Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis). 4*, 35–48.

Nasional, U. P., & Timur, J. (n.d.). *I , * I. xx*(xx), 1–5.

Pengamatan, P., Dan, L., Strategi, I., Bank, P. T., Indonesia, N., & Tbk, P. (2015). *Pengaruh pengamatan lingkungan dan implementasi strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing melalui kualitas layanan. 3*(4), 155–168.

Pramesti, W., Digital, M. S., & Putar, R. (2023). *MEDIA STREAMING DIGITAL , ALTERNATIFE RUANG TAYANG FILM. 5*.

- Rachmawati, R., Teknologi, J., & Semarang, U. N. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. 2(2), 143–150.
- Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2019). *PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK ROTI DAN PASTRY DENGAN BAURAN PEMASARAN 4P DI SARI*. 2(1), 233–243.
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif*. 3, 9680–9694.
- Setiyanti, S. wiranti. (2010). *Filosofi, budaya dan visi perusahaan sebagai faktor pendukung keberhasilan perusahaan*.
- Studi, T., Sekolah, P., Swasta, T., & Priangan, D. I. (n.d.). *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi E-ISSN: 2685-2527*.
- Susanti, Y. (2025). *Analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan daya saing pada rumah makan asfarzah kelurahan peliwara amuntai tengah*. 46–55.
- Tulungagung, D. I. K. (2018). *Bambang Tri Kurnianto*. 43–56.
- Yoga, I. P., Semarandana, A., Dwi, M., & Mustika, S. (2025). *Economics (JBFE) Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Industri Kuliner di Kota Denpasar*. 2014.