

Daftar Pustaka

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peranan Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 58.
- Anis, H. B., Lapian, S. J., & Mekel, P. A. (2014). Atribut Produk dan Bauran Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*, 2, 254-256.
- Ayustien, A. R. (2022). Strategi Bauran Promosi Erstore3prt dalam Meningkatkan Penjualan di Era COvid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10, 256-262.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Garaika, & Feriyan, W. (2018). Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Aanimoo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16, 21-27.
- Gunnawan, G. L. (2020). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5, 167.
doi:<https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>
- Hutabarat, E. (2017). Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Sun Plaza Medan. *Jurnal Ilmiah Methonom*, 3, 83-91.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4, 115.
doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.300>
- Kowiloy, F. F., Kango, U., Ardiansyah, Hafid, R., & Mahmud, M. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko Amanda Jaya Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 4828-4837.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90-99. doi:<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>

- Lontoh, M. L. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendean. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16, 515-525.
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Medai Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4, 98-105.
- Sandy. (2023, Agustus 9). *Apa itu Promosi? Jenis, Tujuan, Fungsi, dan Manfaat*. Diambil kembali dari wikisukses.com:
<https://wikisukses.com/bisnis/promosi-adalah/>
- Simanjutak, S. C., Panjaitan, M., & Napitupulu, J. (2020). Pengaruh Bauran Promosi dan Loyalitas Pelanggan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Telkom kota Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 85-91.
- Sousa, D. d., & Sulistiadi, W. (2024). Hubungan Bauran Pemasaran dengan Loyalitas Pasien: Literature Review. *The Indonesian Journal of Health Promotion*, 7, 322. doi:<https://doi.org/10.56338/mppki.v7i2.4508>
- Sugiyonno. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun. *Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 2, 27. doi:<https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Taufik, E. R., & Satyanegara, D. (2023). *Pemasaran Teori & Praktek*. Tangerang: Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI).
- Widianti, N., Kusniawati, A., & Faruk, M. (2020). Pengaruh Ekspetasi Pelanggan dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1-11.