

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. FT. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmad, S. (2021). *Analisis Bauran Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada The Kebab Factory Ponorogo*. Ponorogo. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2016). *Strategic Manangement Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ball, D,A. W,H. M. (2001). *Bisnis Internasional*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Budianto, Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Ombak.
- Darwis, A. (2016). "Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Blue Ocean Strategy pada Perusahaan Sosis," *Jurnal Bisnis dan Iptek* Vol. 9 No. 1. Bandung: Universitas Widyatama.
- Dian, S. (2009). *KEBAB, CITA RASA DAN SEBUAH IDENTITAS*. Majalah Ilmiah Populer Wunyu, Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dwi Khrisnawati. (2018). *Bauran Pemasaran Pada Produk Jajanan Dan Oleh-oleh Khas Banyuwangi "Cita Rasa"*. Jember. Universitas Jember.
- Farida, N. (2014). *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Furchan, Arief. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasat Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Kamaruddin. (2017). “*Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam,*” *Jurnal Laa Maisir* Vol. 4 No. 1. Makassar: UIN Alauddin.
- Khoirin M. (2019). “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Era Digital Pada Kebab Turki Baba Rafi Tulungagung*”. Tulungagung. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Kotler, Philip dan Kevin L.K. (2008). *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Marceline Livia, Hedynata dan Wirawan E. D. Radianto. (2015). “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack,*” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 1 No. 1. Jakarta: Universitas Ciputra.
- Mardalis (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. hal. 26. Jakarta: Bumi Aksara.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Musnaini. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Prenada Media.
- Pasaribu, N, F. (2013). “*Strategi Bauran Pemasaran di Agrowisata Buana Ametha Sari,*” *Binus Business Review* Vol. 4 No. 2. Jakarta Barat: Universitas BINUS.
- Purhantara,W. (2010) *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, hal. 79 Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prastowo, Andi. t.t. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz: Media.
- Saragih, A. et. all. (2017). “*Bauran Pemasaran Kacang Asin Merek Cendrawasih pada UD. Monang Denpasar-Bali,*” *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata* Vol. 6 No. 1. Bali: Universitas Udayana.
- Swastha DH, Basu. (2002). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Yongki, P, P. (2016). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam meningkatkan Volume Ekspor (Studi Pada Bali Pasadena Rattan)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 39 No.1. Malang. Universitas Brawijaya.