

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, F. Al, & Musahidah, U. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry*. 2(2), 170–185.
- Aprileny, I., E, J. A., Ikhsan, M., & Maison, D. (2025). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Shopee Di Jakarta Timur)*. 3, 45–50.
- Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). *Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan*. 3(3).
- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). *H . J . Kaniu ., S . Moniharapon ., S . Loindong . Pada hardcore gym analysis of the influence of marketing mix (4p) on purchasing decisions in hardcore gym Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 November 2023 , Hal . 1426-1256. 11(4), 1246–1256.*
- Nurhayaty, M. (2022). *Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis*. 08(02), 119–127.
- Ramadhan, A. R. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Netflix*. 4(4), 845–854.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1338>
- Ray, A., Widhyastara, A., Intueri, A., Purbakusuma, M., & Yogyakarta, U. A. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 4, 4002–4008.
- Sari, A. N., Mashudi, & Okiana. (2025). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Usaha Budidaya Ikan Air Tawar CV alam jaya priyangan*. 13, 2715–2723.
<https://doi.org/10.26418/jppk.v13i10.85386>
- Syarifah, T., Maftukhah, W. L., & Ardina, Z. (2024). *Analisis SWOT terhadap Penerapan Marketing Mix 7P dalam Peningkatan Penjualan PT . Hanin Wisata Semesta*. 6(1), 37–55.
- Zulkifli, A., Junaedi, D., & Roswandi, I. (2023). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Lembaga Pemeriksa Halal Indonesia*. XVII(3), 380–388.