

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*. Vol. 5, No. 2.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Managemnet 15th*. Prentice Hall.
- Morgan, N. A., Whitley, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Niazi, Najmusaqib, Muhammad Rashid, Zurabi Shamugi. (2021). Role of Marketing Mix (4Ps) in Building Brand Equity: Case Study of Shell Petrol, UK. *International Journal of Applied Business and Management Studies* Vol. 6, No. 1; 2021 ISSN 2548-0448
- Nisa, U. K. (2022). *STRATEGI MARKETING MIX DALAM MEMPERTAHANKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SELYCA MULIA SAMARINDA DIMASA PANDEMI COVID-19*. 3(2).
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>
- Nurfadilah, E. W., & Fitriah, E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran di Era Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Penjualan Perusahaan. *Bandung Conference Seriuces*, 532–538.
- Poluan, Firna M. A, Silvya L. Mandey, Imelda W.J. Ogi. (2019). TRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA MINUMAN KESEHATAN INSTANT ALVERO). *Jurnal EMBA* Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 2969 – 2978. ISSN 2303-1174
- Siti Nur Wahyu Ningsih, Aida Octavia Milasari, Muchammad Saifuddin. (2021). Strategi Marketing Mix Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Cafe Jolly Coffee Surabaya). *Jurnal MANOVA* Volume IV Nomor 1, P ISSN : 2685-4716, E ISSN : 2746-282X

Slahanti, M., & Hidayah, N. (2022). *Strategi Pemasaran Sebelum Dan Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Produsen Wingko Babat Padang Sari)*. 20(1), 1–7. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/4348>

Thabit H. Thabit & Manaf B. Raewf. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies* ISSN 2520-0968 (Online), ISSN 2409-1294

Wichmann, J. R. K., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>

Windy Talitha Iswari. (2020). Pengaruh Strategi Marketing Communication Terhadap Brand Image Pt Tokopedia. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 24–34. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.978>

