

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar Muslim, Ms. S., Bansu Irianto Ansori, & dkk. (2019). *Inovasi Produk Penelitian Pengabdian Masyarakat & Tantangan Era Revolusi 4.0 Industri*.
- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 11(1), 1–9. <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/147/109>
- Alwitri, Y., Putri, L. T., & Diantara, L. (2020). Analisis pengaruh promosi melalui media sosial terhadap penjualan pada Klinik Selera di Bangkinang Kota. *Indonesian Management Research Journal*, 2(4), 233–241. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v2i4.43>
- Ardiansyah, F. W. (2019). *Menyingkap Strategi Sukses Natasha Laundry*. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwihlPmB7L76AhWV4nMBHWj4DqsQFnoECAsQAQ&url=http%3A%2F%2Frepository.usm.ac.id%2Ffiles%2Fskripsi%2FB11A%2F2015%2FB.111.15.0285%2FB.111.15.0285-15-File-Komplit-20190222110>
- Armanda, Y. (2021). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Merek Nmax Di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru*. <http://repository.uin-suska.ac.id/41792/Swasta>, B. (2018). Promosi. *Promosi*, 1–62.
- Dadang Suparman., S.Pd.I., M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri). *Jurnal Ekonomedia, Vol. 07 No(2)*, 2.
- Khairunissa, K., Suharyono, & Yulianto, E. (2017). PELANGGAN (Survei pada Mahasiswa BINUS University yang menggunakan jasa Go-jek di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(2), 37–45.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Putri, S. E. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional mix) pada Matahari Department Store Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.45-54>
- Rangkuti, Freddy. 2017. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ridho. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Roesjayanti, Y. P. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Clear Di Borma Cinunuk*. 22–52.
- Sari, G. G., & Gusti, G. E. (2017). Penerapan Strategi Word To Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/10.30656/lontar.v5i1.483>
- Saverus. (2019). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS>
-
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Supramono, E. (2015). Analisis Pengaruh Price Dan Promotion Terhadap Penjualan Rokok Pada Swalayan Bintang Di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 19–27.