

## DAFTAR PUSTAKA

- (u.d.). Hämtat från <https://123dok.com/document/yr182n7q-menurut-kotler-keller-indikator-harga.html> den 22 september 2022
- Artaqila. (u.d.). *INDIKATOR HARGA, PROMOSI, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Hämtat från <https://artaqila.blogspot.com/2017/12/indikator-harga-promosi-dan-keputusan-pembelian.html> den 22 september 2022
- Bachri, B. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada. *Jurnal Teknologi Pendidikan* 10(1).
- Ekonomi, G. (den 14 Agustus 2022). *Atribut Produk*. Hämtat från [sarjanaekonomi.co.id](https://sarjanaekonomi.co.id): <https://sarjanaekonomi.co.id/atribut-produk/> den 22 September 2022
- Fadly, H. D., & Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *ejournal-UIGM*, 1-10.
- Hasnah. (2018). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Motor Merek Kawasaki Pada PT. Diana Indonesia di Makassar*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hermawan, F. T. (u.d.). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor di Komplek Graha Indah Bekasi). *STIE Indonesia*, 9.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 23/MPP/KEP/I/1998 Tentang Lembaga-lembaga Usaha Dagang Perdagangan*. (u.d.).
- Kesehatan, K. (2022). *Perkembangan Covid-19 di Indonesia*. Databoks.

- Kurniawan, K. (den 2 maret 2021). *Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Ahli 2021*. Hämtat från Projasaweb: <https://projasaweb.com/pengertian-strategi-pemasaran/>
- Kurniawan, K. (den 3 Juni 2021). *Strategi Pemasaran 7P – Bauran Pemasaran 7P*. Hämtat från Projasaweb: [https://projasaweb.com/strategi-pemasaran-7p/#Kapan\\_Strategi\\_Pemasaran\\_7P\\_Ditemukan](https://projasaweb.com/strategi-pemasaran-7p/#Kapan_Strategi_Pemasaran_7P_Ditemukan)
- Muis, I. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mujiatun, S., & Manullang, S. M. (2021). *Strategi Promosi Pedagang UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM Lingkungan Universitas Muhammadiyah)*. Sumatera Utara.
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy*. Macmillan International Higher Education.
- RAHARTA, A. M. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Citadines Kuta Beach Bali*. Bandung.
- Rahma, M. (2019). Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR*, 1-93.
- Rahmat, R. M. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Pasa PT. Koko Jaya Prima Makassar. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hassanudin*, 1-79.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2007). *Organizational Behavior*. Pearson/Prentice Hall.
- Ronas, C. (2021). Strategi Pemasaran Pada Masa Wabah Covid-19 Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Negeri Bengkulu*, 1-107.
- STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BALE BAHARI LOMBOK, DESA MIDANG, KECAMATAN GUNUNG SARI,

KABUPATEN LOMBOK BARAT) . (2022). *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)*, 76.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tahliati, L. (2016). Analisis Penerapan Prosocial Motivation. *Universitas Bakrie*.

Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.

Tussangadah, B. (2021). Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Pratistha Harsa Dalam Menarik Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 1-30.

(STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BALE BAHARI LOMBOK, DESA MIDANG, KECAMATAN GUNUNG SARI, KABUPATEN LOMBOK BARAT) , 2022; STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BALE BAHARI LOMBOK, DESA MIDANG, KECAMATAN GUNUNG SARI, KABUPATEN LOMBOK BARAT) , 2022)