

DAFTAR PUSTAKA

- Canggu, E. G.2021. *Surga Tersembunyi Bumi Sekala Beghak*. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Lampung Barat.
- Fajar Tri Hermawan. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Indrasari, R. 2021. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor. *Manajemen, Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Istiani, N., & Islamy, A. 2020. Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Kurnia, L. 2020. *Kata Kunci: Anak usia dini, interaksi sosial, orangtua, dan tunawicara*. 1(1), 39–54.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. 2021. Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Nugraha, A. 2018. *Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas muhammadiyah sumatera utara medan 2018*. 1–87.
- Setyaningrum 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono,F 2015. *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*.CV.ANDI OFFSET
- Tjiptono,F.2014.*Pemasaran Jasa-Prinsip,penerapan dan penelitian (edisi 1)*.CV.ANDI OFFSET.
- Unteawati Bina 2018. *Studi Kelayakan Agribisnis*. UP Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung.Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.

Kurnia, L. 2020. *Kata Kunci: Anak usia dini, interaksi sosial, orangtua, dan tunawicara*. 1(1), 39–54.

Mamonto, Tumbuan, & Rogi. 2021. Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*

Marcelina, J., & Billy Tantra, B. 2016. Pengaruh Marketing Mix. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22–35(2015), 4. Vol, J. (2019). *semester until 8*.

Widhiarti. 2019. Arsitektur Tradisional Bali Pada Bangunan Puri Sebagai Daya Tarik. *PUSAKA:Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(2), 46–52.

Yopi, Y. 2020. *Strategi Pemasaran Umkm Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang Perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi*. 8.