

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Anis, M., & Indriyagandhi. (2020). Analisis faktor pendorong minat masyarakat terhadap pemakaian batik dalam upaya pelestarian batik Pati. *Prosiding IENACO*, 339–347.
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2018). Relationship of 7P marketing mix and consumers' loyalty in traditional markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261-273.
- Aripin, Z., & Negara, P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Bezos, J. (2004). 12 Strategi Bauran Pemasaran Dalam Marketing 5.0. *Marketing*, 30.
- Faisal, M., & Karugusteeliana. (2019). Analisis behavioral intention pada penggunaan digital payment dengan menggunakan metode technology acceptance model 3 (studi kasus pada aplikasi linkaja). *Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi dan Keamanan Siber (SIENASI-KESI)*, 1–11.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi: Aplikasi SPSS dan Eviews untuk Teknik Analisis Data. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Firdaus, A., & Sutrisna, E. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama) (Doctoral dissertation, Universitas Riau).
- Handayani, R. A. (2016). Pengaruh Minat Remaja dalam Pemakaian Batik terhadap Pelestarian Batik di Kudus [Skripsi]. Semarang: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang.
- Iskandar, & Kustiyah, E. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. *GEMA*, 2456–2472.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kukanja, M., Omerzel, D. ., & Kodrič, B. (2016). Ensuring restaurant quality and guests' loyalty: an integrative model based on marketing (7P) approach,. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1–17.
- Kushwaha, G. S., & Agrawal, S. R. (2015). An Indian customer surrounding 7Ps of service marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 85–95. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.10.006>.

- Lutfi, A. (2019). Proses Kegiatan Pemasaran Di Pt. Citra Mandiri Wiguna (Perusahaan Media Luar Ruang di Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Wingstop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Malau, H. (2020). The 4P'S Marketing Mix Variables: An Assesment Of Concept, Applicability And Impact on Organizational Goal From West Java's Business Organizations. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 57-74.
- Marques, A., Lacerda, D. P., Camargo, L. F. R., & Teixeira, R. (2014). Exploring the relationship between marketing and operations: Neural network analysis of marketing decision impacts on delivery performance. *International Journal of Production Economics*, 153, 178–190. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.02.020>.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Musyawah, I. Y. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rafli Desa Tarailu Kabupaten Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 1-10.
- Muthi'ah, W. (2018, November). Study of computerized-batik technique using “Batik Kelowong” machine in Batik Adelia, Bekasi. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 453, No. 1, p. 012022). IOP Publishing.
- Muliyana, T., & Suyanto, A. (2019) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *e-Proceeding of Manage*. 6:2, 2330-2340.
- Nursiah. (2017). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention to Use. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 3(2), 39–47.
- Nasution, S. A., & Aslami, N. (2022). Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 254-262.
- Peraturan Wali Kota Bekasi. (2019). Pakem Dan Pengembangan Batik Motif Khas Kota Bekasidengan Rahmattuhan Yang Maha Esawali Kota Bekasi. Dalam *Bekasi*.
- Priatna, Y. (2017). Melek informasi sebagai kunci keberhasilan pelestarian budaya lokal. *Publication Library and Information Science*, 1(2), 37–43.
- Raihanan, N., E. (2023) Faktor yang Mempengaruhi Produk Bauran Pemasaran: Mengupas Rahasia Kesuksesan Bisnis <https://Faktor yang Mempengaruhi>

[Produk Bauran Pemasaran: Mengupas Rahasia Kesuksesan Bisnis - Tak Terlihat](#). Diakses 28 Maret 2024.

- Ranuhandoko, N., & Rosalinda, H. (2015). Pemberdayaan PKK Pandan Wangi Bekasi Barat Dalam Pengembangan Usaha Kaos Motif Batik Bekasi. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 2(02).
- Sari, Aima, & Zefriyenni. (2024). *Mengurai Turver Intentions: Strategi Mempertahankan Karyawan*". CV. Gita Lenter.
- Sari, D. I. (2016, December). Strategi Pemerintah Dalam Mengatasi Hambatan dan Tantangan Perkembangan Umkm (Studi Kasus Pada Pengrajin Batik Bekasi). In Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer (7-EKM).
- Setiadi, J. . N. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Ketiga).
- Sinaga, A. F., Lubis, A. A., Amelia, R., Tinambunan, F. U., Sinaga, D. L., Sitio, V., & Saragi, S. L. (2023). Analisis Minat Masyarakat dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 5(02), 33-51.
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vhistica, N. I., & Yushita, A. N. (2018). Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik Atau E-Money Di Wilayah Tanah Abang). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(3).
- Wulandari. (2022). *Makna Filosofi, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Andi.
- Widadi, Z. (2019). Pemaknaan Batik Sebagai Warisan Budaya Takbenda. *Pena: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 33(2), 17-27.
- Yesi, R. (2023). Analisis Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Batik Pada Koperasi Komunitas Batik Bekasi. *Mulia Pratama Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 57-63.
- Zeithaml, Berry, & Parasuraman. (1996). The Behavior Consequences Of Service Quality. *The Journal Of Marketing*, 31-46.
- Zahira, J. F. (2021). *Sejarah Batik Bekasi: Pola dan makna dalam tradisi membatik sebagai warisan budaya Jawa Barat tahun 2011-2019* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).