

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gaikindo, “Jumlah Kendaraan Terus Meningkatkan, Bisnis Perbengkelan kian Optimistis,” *gaikindo.or.id*, Feb. 09, 2023.
- [2] BPS, “Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022,” *bps.go.id*, Feb. 29, 2024.
- [3] R. A. Pradana, “Program studi manajemen fakultas ekonomi universitas batanghari jambi tahun 2023,” 2023.
- [4] N. Moonik and W. Gilbert Pomantow, “Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop,” *Jurnal MABP*, vol. 5, no. 2, pp. 77–91, 2023.
- [5] S. Aziz, “Efektivitas Promosi Terhadap Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Pada Universitas AL ASYARIAH MANDAR,” *Jurnal Papatuzdu*, vol. 5, no. 1, pp. 85–102, 2013.
- [6] A. E. Munthafa and H. Mubarak, “Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi,” *Jurnal Siliwangi*, vol. 3, no. 2, pp. 192–201, 2018.
- [7] S. O. Viarani and H. R. Zadry, “Analisis Pemilihan Pemasok dengan Metode Analytical Hierarchy Process di Proyek Indarung VI PT Semen Padang,” *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, vol. 14, no. 1, p. 55, 2016, doi: 10.25077/josi.v14.n1.p55-70.2015.
- [8] A. D. M. Si. Thian, *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi, 2021.
- [9] D. Drs. SH. SE. M. Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*, I. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- [10] A. Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 1st ed. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- [11] M. Fuad, C. H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, and Y.E.F, *Pengantar Bisnis*, I. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2000.
- [12] R. Dr. M. Si. Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 4th ed. Bandung: ALFABETA, CV, 2015.
- [13] D. B. Rabbani *et al.*, *Komunikasi pemasaran*, Cetakan I. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022.
- [14] M. S. Amin, S. Widaningsih, and S. Wibowo, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bisnis Jasa Bimbingan Belajar Privat Expert Course Bandung 2020),” *eProceedings of Applied Science*, vol. 7, no. 4, pp. 619–624, 2021.
- [15] S. E. D. Jatmika, M. Maulana, Kuntoro, and S. Martini, *Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. 2019.
- [16] et all Fawzi Marissa, *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. 2022.

- [17] M. R. I. Baihaqqy, *Pengambilan Keputusan Manajerial*, I. Banyumas: Amerta Media, 2023.
- [18] H. Pasolong, *Teori Pengambilan Keputusan*, I. Bandung: ALFABETA, CV, 2023.
- [19] R. E. Febriansah and D. R. Meiliza, *Teori Pengambilan Keputusan*, vol. 1, no. 1. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2020.
- [20] R. Amalia and C. Firmandhani, *Teknik Pengambilan Keputusan*, vol. 3, no. 2. Bandung: RTujuh Mediaprinting, 2022. doi: 10.21831/efisiensi.v3i2.3796.
- [21] D. D. M. Si. Marsono, *PENGGUNAAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DALAM PENELITIAN*, I. Bogor: Penerbit IN MEDIA, 2020.
- [22] A. Supriadi, A. Rustandi, D. H. L. Komarlina, and G. T. Ardiani, *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*, I. Tasikmalaya: Deepublish, 2018.
- [23] E. Subiyantoro, A. R. Muslikh, and F. Y. Pamuji, “Analisa Penentuan Media Promosi Pelaku UMKM Dengan Aplikasi Berbasis Website,” *Seminar Nasional Sistem Informasi*, vol. 2022, no. September, pp. 3071–3083, 2022.
- [24] Y. Servanda and Kusriani, “Analisis Penentuan Prioritas Media Promosi Perguruan Menggunakan Kombinasi AHP dan TOPSIS,” *Metik Jurnal*, vol. 2, no. 2, pp. 1–9, 2018.
- [25] F. D. Husna, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin Menggunakan Metode AHP dan SWOT (Studi Kasus: Kelompok Pengolah Putra Agung),” *Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.*, 2019.
- [26] D. Rimantho and U. Sulandri, *Analisis Pengambilan Keputusan Aplikasi Metode Analytic Hierarchy Process (AHP)*, I. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2022.
- [27] Prof. Dr. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*, 22nd ed. Bandung: ALFABETA, CV, 2015.
- [28] A. W. Kurniawan and Z. Puspaitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, I. Yogyakarta: Pandida Buku, 2016.
- [29] R. A. N. Syabrina, “Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017,” *Thesis*, pp. 1–14, 2017.
- [30] M. Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, I. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- [31] B. Sinaga and P. S. Hasugian, “Pemilihan Media Promosi STMIK Pelita Nusantara Medan dengan Metode Analytic Network Process (ANP),” *MEANS (Media Informasi Analisa dan Sistem)*, vol. 4, no. 1, pp. 6–8, 2019, doi: 10.54367/means.v4i1.311.

- [32] U. Maudzoh and E. R. Sulliyarta, “Analisis penentuan prioritas media promosi ITDA menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP),” *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, vol. 15, no. 1, p. 65, 2022, doi: 10.28989/angkasa.v15i1.1588.
- [33] R. Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, 1st ed. Depok: Rajagrafindo Persada, 2015.