

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Arifin, S. (2020). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Athian, M. R., & dkk. (2024). Kajian Pemasaran Karya Seni Rupa di Ruang Alternatif: Studi Kasus Pameran Pasar Seni di Rest Area Heritage KM 260 B Banjartma Brebes. *Jurnal Tata Kelola Seni*, *X*(1), 61-63.
- Chandra, G. (2021). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Christine, & Budiawan, W. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, *VI*(1), 73-85.
- Colbert, F. (2007). *Marketing Culture and The Arts*. Montreal: HEC Montreal Carmelle and Remi Marcoux Chair in Arts Management.
- Dickie, G. (1974). *Art and The Aesthetic: An Institutional Analysis*. New York: Cornell University Press.
- Diniaty, D., & Agusrinal. (2020). Perancangan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan: Studi Kasus Home Industry Saiyo Sakato di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung. *XI*(2), 176-183.
- Fadlan, M. (2023). Analisis Pemasaran Bisnis dalam Seni Kaligrafi. *EKHSIS: Jurnal Ekonomi, Syariah, dan Studi Islam*, *I*(1), 56-62.
- Faisal. (2022). *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Malang: YA3.
- Fakhrudin, A., & dkk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fauzy, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Fiantika, F. R., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fitriyani, S., & dkk. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *XIII*(1), 47-58.
- Gultom, N. (2022). *Teori Pemasaran: Pendekatan Manajemen Bisnis*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Gusti, P. P., & Winarno. (2021). Karya Seni Lukis Abstrak Ekspresionisme Sebagai Daya Tarik Visual Coffeeshop "Budaya Kopi Mojokerto". *Jurnal Seni Rupa*, IX(3), 316-316.
- Haque, M. G., & dkk. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harefa, A. K., & Zendrato, W. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD. Luki Kecamatan Umbunasi Kabupaten Nias Selatan. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, III(2), 3-3.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Indrasari, M. (2020). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jayanti, D. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, XIII(1), 123-128.
- Kementerian Agama. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. New Jersey: Pearson.
- Lestariningsih, K. D., & Subagyo. (2022). Analisis Intangible Factors yang Mempengaruhi Penentuan Harga Produk Karya Seni. *Jurnal Teknosains*, II(1), 29-30.
- Mamonto, F. W., & dkk. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, IX(2), 119-120.
- Mandasari, D. J., & dkk. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, XIII(1), 123-128.
- Mariyani. (2022). Seni Mengolah Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber, dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, V(2), 148-149.
- Masrur, M., & Arwani, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Batik Kelurahan Banyurip Pekalongan Dengan Pendekatan Marketing Mix

- Berbasis Syariah. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, IV(1), 43-62.
- Migotuwio, N. (2022). Lukisan sebagai Komoditas Investasi Bisnis Potensial. *Harmoni: Jurnal Pendidikan dan Penelitian Seni Budaya*, XII(1), 2-5.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (2014). *Analisis Data Kualitatif (Alih Bahasa: Tjetjep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Harfa Creative.
- Nirwana. (2021). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Nisa', L. K. (2020). Peran dan Model Pembelajaran Sigit Priyananto di Sanggar Lukis Matahari Tulungagung. *Jurnal Imajinasi*, XI(2), 153-156.
- Oktapian, E., & dkk. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Seni Lukis. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, V(3), 329-343.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Premadi, W. (2020). *The Rapid Selling: 31 Hari Jualan agar Cepat Laku*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadui*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmadi. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmi, D. A., & dkk. (2025). Membangun Kewirausahaan Seni Melalui Karya Seni Lukis Surealisme. *Jurnal Pendidikan Inklusif*, IX(5), 70-73.
- Rangkuti, F. (2022). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, I., & dkk. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara.
- Rusdi, M. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, VII(2), 49-54.
- Salam, S., & dkk. (2020). *Pengetahuan Dasar Seni Rupa*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Satriadi, & dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Schroeder, J. E. (2005). The Artist and The Brand. *European Journal of Marketing*, XXXIX(11), 1293-1294.
- Smith, W. R. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing*, XXI(1), 3-7.

- Suwityantini, D. (2021). Strategi Pemasaran Karya Seni Lukis (Studi Kasus pada Pameran Seni Rupa dan Pameran Seni Art Jog. *Jurnal Ekobis Dewantara*, *I*(8), 66-67.
- Syamsuddin, N., & dkk. (2023). *Dasar-dasar Metode Penelitian Kualitatif*. Pringgarata: Yayasan Hamjah Diha.
- Tjiptono, F. (2022). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2022). *Service Marketing*. Yogyakarta: Marknesis.
- Wibowo, D. H., & dkk. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, *XXIX*(1), 60-65.
- Wiratno, T. A. (2018). *Seni Lukis Konsep dan Metode*. Surabaya: CV. Zifatama Jawa.
- Yuliani, M., & Zakiah, K. (2021). Strategi Pemasaran Karya Seni Lukis di Kampung Seni Budaya Jelekong. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, *XVIII*(2), 76-82.
- Zulfa, L. A., & Hakim, L. (2025). Pengaruh Brand Image, dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Berbelanja di Matahari Department Store Pakuwon Mall Solo yang di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *VI*(4), 1534-1537.