

DAFTAR PUSTAKA

- Al Badi, K. S. (2018). The impact of marketing mix on the competitive advantage of the SMEs in Oman. *International Journal of Business and Management Invention*, 7(4), 144–150.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Banjarnahor, B., Manik, A. A., & Simamora, R. M. (2020). Strategi promosi penjualan langsung terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 158–165.
- Basu Swastha, D. H. (2024). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Efendi, H. (2019). *Pemasaran strategik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Efrianty, N., Wulandari, M., & Nurdin, I. (2019). Pengaruh strategi promosi terhadap volume penjualan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 7(3), 158–166.
- Fakhrudin, M., Roellyanti, R., & Awan, A. H. (2022). *Strategi promosi dan preferensi konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fandy, T. (2021). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Farida, L., & Nugraha, D. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Gunawan, D., & Astuti, W. (2021). *Pemasaran digital: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, F., & Sembiring, R. (2021). *Manajemen pemasaran*. Medan: CV Pustaka Kita.

- Harefa, J., & Zendrato, Y. (2022). *Meningkatkan volume penjualan dengan strategi digital*. Gunungsitoli: Media Nias.
- Hartini, S., Pratiwi, N., & Anwar, S. (2020). *Dasar-dasar pemasaran*. Surabaya: Unesa University Press.
- Harun, M. (2021). *Strategi pemasaran dan volume penjualan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hodijah, N., et al. (2022). *Prinsip-prinsip dasar pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ismail, A. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Martha, R., & Kresno, R. (2016). *Teknik penentuan informan kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Martowinangun, S., Lestari, N., & Karyadi, A. (2019). *Strategi promosi dan implementasinya dalam bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Melydrum. (2019). *Manajemen pemasaran modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, A. (2020). Strategi promosi terhadap peningkatan penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 2–10.
- Putri, A., & Wibowo, T. (2022). *Pemasaran digital di era modern*. Bandung: Pustaka Setia.

- Radji, A., & Kasim, A. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rahayu, D. (2019). *Volume penjualan dan analisis pasar*. Jakarta: Kencana.
- Sarawani, B. (2021). Analisis strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Noufal Dua Desa Mujuur (Skripsi). Universitas Mataram.
- Sari, E., & Rahardjo, M. (2020). *Pemasaran tradisional di era digital*. Surakarta: UNS Press.
- Suciana, D. A., & Syahputra, E. (2023). Analisis strategi promosi dalam meningkatkan penjualan produk pada Resto dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan di era pandemi Covid. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 11(1).
- Sudaryono. (2018). *Metodologi penelitian ilmu sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundari. (2024). Analisis strategi promosi terhadap peningkatan penjualan usaha percetakan CV. Arfa Sundari Jaya di Kecamatan Medan Timur. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(1).
- Wahayuni, H. (2019). *Strategi promosi efektif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yuliana, R., & Santosa, B. (2023). *Content marketing dan loyalitas konsumen*. Jakarta: Media Persada.
- Yulianadewi, R., & Johanis, F. (2021). Pengaruh strategi promosi terhadap penjualan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(3), 212–220.