

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M. (2024). Strategi Brand Manajemen: Teori, Implementasi, dan Penelitian. In *Universitas Inaba*.
- Anggraeni, V. B., & Iriani, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tikar Dengan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion), Ahp (Analytical Hierarchy Process) Dan Topsis Di Cv. Xyz. *Juminten*, 2(3), 167–178. <https://doi.org/10.33005/juminten.v2i3.281>
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 79–95.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. syarief, Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Tangerang Selatan: Pascalbook*.
- Febrianti, D., Halimah, & Qamaruddin, M. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rahman Cell BanjarBaru. *Jurnal EKOBIS-DA; Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 32–39.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In *Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media*.
- Gladis, N., & Hapsari, V. R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Institut Shanti Bhuana. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 1–8.
- Haris, A. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Kapal Pada PT. Industri Kapal Indonesia (Persero) Makassar. *Sentralisasi*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.33506/sl.v7i1.103>
- Ifadhila, Rukmana, A. Y., Erwin, Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., Judijanto, L., & Setiawan, H. (2024). Pemasaran Digital di Era Society 5.0. *Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia*, 1, 43–54.
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(1), 22–47. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i1.329>
- Istanto, Y., Rahatmawati, I., Sugandini, D., Arundati, R., & Adisti, T. (2020).

Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha kecil. In *Yogyakarta: Zahir Publishing*.

Jatmiko, U. (2016). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 1(3), 235–246.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson*.

Malo, A. S. A., & Situmorang, T. P. (2023). Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. Marada Kelor Sumba. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1979–1989. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13119>

Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.

Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, I. K. E., & Widiati, E. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa - Konsep Dasar dan Strategi. In *Jawa Tengah: Eureka Media Aksara*.

Matondang, K. A., Ayu, D. P., Sartika, M., Hanum, H., & Silalahi, Y. P. P. (2024). Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya Dalam Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 17354–17359.

Moekti, T. A., Khasanah, M., & Hidayat, R. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada “Kedai Aneka Jus” Gresik. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1). <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i1.3074>

Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyanti, R., Azizah, S. N., Wibowo, U. D. A., Satata, D. B. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). Manajemen Pemasaran. In *Yogyakarta: PT Penamuda Media*.

Nabilla, S. B., Silcyljeova, M., & Reitty L, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Emba*, 9(3), 1530–1538.

Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo.

Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 693.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>

- Perdiana, R. H., Ridwan, W., Yusup, I., & Koeswandi, T. A. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan mie ayam mang nana. *Journal in Prosiding Industrial Reseach Workshop and National Seminar*, 12, 1456–1459.
- Qomaruddin, N., & Prabowo, B. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Kedai Ms18 Lamongan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 231–241.
- Rahmawati, E. D., Nufus, D. F., & Bastomi, M. (2024). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Rotan (Studi Kasus: UMKM Teq Production). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 37–58. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.861>
- Rahmayani, R. D., & Dharmawati, D. M. (2023). Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Industri Ritel Di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(1), 11–17. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.715>
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Taufiq, B., Nugroho, A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Makassar: CV Sah Media*.
- Sanjaya, A., Suriani, S., & Siah, M. (2022). Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan. *Makasar: Chakti Pustaka Indonesia*, 4–5.
- Sari, M. T., Wuryantari, H. P., Putri, F. S., Dewi, P. R., & Pertiwi, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan: Sebuah Studi Literatur. *Journal of Academic & Multidicipline Research*, 02(3), 35–39.
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Sari, P. N., Mardianto, D., Nugroho, H., Kesuma, T. M., Amin, M. A. N., Isabella, A. A., & Utami, M. M. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer. In *Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada*.

- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Tampi, E. M. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada PT. Suluh Jaya Abadi. *Jurnal EMBA*, 11(3), 25–35. <https://doi.org/10.55606/jurrit.v2i2.1802>
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 279–285.
- Wahyuni, S. E., Hasnidar, & Irwan, A. M. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 192–202. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2655>
- Yakin, I. H. (2023). Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). In *Jawa Barat: CV. Aksara Global Akademia*