

DAFTAR PUSTAKA

- Afri Murtini, Zamhari, G. O. (2019). Analisa Bauran Pemasaran (7P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Homeindustry CV Melati Kota Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, 6(November), 288–298.
- Akuntansi, J., Syariah, P., Setiawan, A., Trihudyatmanto, M., & Purwanto, H. (2024). *Jamasy : Jamasy : 4*(April), 17–26.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi (Teori-Konsep-Kinerja)*. Mitra Wacana Media.
- Ariyanti, R., Pengabdian, F. B.-J. J., & 2017, undefined. (2017). Strategi Peningkatan Pemasaran Perusahaan Marmer MM Galeri di Sidoarjo. *Jurnal.UntagSby.Ac.Id,02*(02),2442.<http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/jpm17/article/download/1058/942>
- Beddu, M., & Bhakti, R. N. (2023). Efek Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt. Bosowa Berlian Motor. *Jurnal Mirai Management*, 8(3)
- Bora, M. A. (2017). Analisa Kepuasan Penggunaan E-Learning Cloud Sekolah Tinggi Teknik (STT) Ibnu Sina Batam. *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, 1(01), 55. <https://doi.org/10.36352/jik.v1i01.49>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal MiraiManagemnt,4*(2),122136.<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraiipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Fadilah, B. R., Ilhamuddin, M., & Dayani, R. (2024). *Wawasan++ Vol.+2+No.2+April+2024+Hal+185-196*. 2(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*.

- Gunawan, K. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Usaha Para Anggota BaitulMaalWatTanwil. *Iqtishadia*, 10(2), 234. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v10i2.2965>
- Hasibuan, S., & Amela, F. (2019). Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink Di Kota Binjai. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 08(c), 26–36.
- Ihsan Fairuzsyifa, A., & Sulisty Nugroho, Y. (2024). Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Minat Calon Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Python. *Jurnal Informatika Polinema*, 10(2), 265–272. <https://doi.org/10.33795/jip.v10i2.5014>
- Koko junaidi. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Bobayaga Shi The Influence of Marketing Mix in Increasing Sales Volume at. *Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 6(1), 22–28. <https://doi.org/10.31289/agrisains.v6i1.3498>
- Lantang, T., S. Soegoto, A., & Mandagie, Y. (2018). Analisis penentuan strategi bersaing pada usaha pengolahan ikan Pt. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 3098–3107.
- Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20–31.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56. <https://www.neliti.com/id/publications/58203/strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-volume-penjualan-studi-pada-smartswalaya>
- Mardiatmoko, G. (2020). *PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.])* *The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of .* 14(3), 333–342.
- Mentari, N. K. A., & Sadiartha, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Paket Watersport PT. Bali Siwa Sampurna. ... *Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(2), 347–356. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1790%0Ahttps>

[://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/1790/1123](http://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/1790/1123)

- Meutia, S., & Widiayanti, R. (2019). Pengaruh Pelatihan Marketing Strategy and Consultative Selling Terhadap Kinerja Karyawan Departemen Pemasaran Di Pt Pupuk Iskandar Muda. *Industrial Engineering Journal*, 8(1), 41–48. <https://doi.org/10.53912/iejm.v8i1.380>
- Mukarromah, M., Saudi, N. S., Anshar, M. A., & Hatta, Moh, (2018). (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *JournalofManagement*5(1),222–237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Muti, A. A., Sari, T. N., & Ahmad, N. H. (2022). Determinasi Patokan Waktu Pabrikasi Dengan Stopwatch Time Study (Studi Kasus Cemilan Sbr). *Jurnal Rekamaya Sistem Industri*, 8(1), 36–40. <https://doi.org/10.33884/jrsi.v8i1.6370>
- Nia Munarika. (2018). *STRATEGI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA PENABUNG DENGAN AKAD WADI'AH DI KANTOR PUSAT BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) PAHLAWAN TULUNGAGUNG*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Nur Arya, A., & Siti Ning, F. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Topsell Oppo Realme Di Kota Mojokerto. *JurnalBisnisIndonesia*,12(1). <https://doi.org/10.33005/jbi.v12i1.2600>
- Nurhalima, & Rukavina. (2018). Analysis of the Influence of Marketing Mixed on Sale Volumeat Hasanuddin KFC Restaurant in Palu City. *J. Agrotekbis*, 6(2), 194–199.
- Parrangan, E. (2015). Analisis Strategi Perusahaan Dalam Ekspansi Pasar Luar Negeri. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 86276.
- Pratiwi, S. D., & Suriani, L. (2017). STRATEGI PEMASARAN PRODUK RANGKA ATAP BAJA RINGAN PADA PT. HARI REZEKI KITA SEMUA PEKANBARU. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(1), 2–6. http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataId=2227%0A???%0Ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3307%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.ph
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2018). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2), 82.

- Resmiatini, E., & Hapsari Imanika, I. A. (2020). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Batu – Malang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(1), 57–76. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i1.407>
- Rinawati, D. I., Puspitasari, N. B., & Rahayu, N. (2017). Perancangan Strategi Bisnis Pt Karya Paduyasa Menggunakan Swot Dan Quantitative Strategi Planning Matrix (Qspm). *Perancangan Strategi Bisnis Pt Karya Paduyasa Menggunakan Swot Dan Quantitative Strategi Planning Matrix (Qspm)*, 6(3).
- Sairo, H., Sumampouw, Harry J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT.Sinar Purefoods Internasional Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 34–40.
- Salma, Y. (2020). *STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH PRODUK BUMBU MASAK MEURASA DI BANDA ACEH*. UIN AR-RANIRY.
- Silvi Elva Riani. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Telur Asin Tangguh Di Kota Banjarbaru. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 773–796. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.384>
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.
- Wendi, E. J., & Suasti, Y. (2018). Segmentasi Pasar Angkutan Bendi di Kota Solok. *Jurnal Buana*, 2(3), 806. <https://doi.org/10.24036/student.v2i3.137>
- Widaningsih, I. S., & Fatihah, D. C. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di AOI Ramen Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Widianingsih, Imas Sri, & Fatihah, Dian Chandra. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di AOI Ramen Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol 5.
- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4186>

Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis* (aditya ari Christian (ed.); edisi 1). andi offset yogyakarta.