

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Halim, Rustono Farady Marta, dan Christanti Christanti. 2021. *Dampak Strategi Pemasaran Digital Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kesehatan Selama Pdanemi Di Indonesia*. Communication 12 (2): 122. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1500>.
- Astuti, Anissa Mayang Indri, dan Shinta Ratnawati. 2020. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)*. Jurnal Ilmu Manajemen 17 (2): 58–70.
- Billyarta, Glaudensius Whimphie dan Eka Sudarusman. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy*. Ekonomi Dan Bisnis Aktual 1: 282.
- Cahyono, Aris Dwi. 2020. *Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit*. Jurnal Ilmiah Pamenang 2 (2): 1–6. <https://doi.org/10.53599/jip.v2i2.58>.
- Ceicillia, Stephanie, and Budi Prabowo. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Jaya Marine Surabaya*. Jurnal Disrupsi Bisnis 4 (3): 241. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i3.10597>.
- Dewi, Pratiwie Nirmala, Chdanra Hendriyani, dan Rommy Mochammad Ramdhani. 2021. *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan ) 17 (2): 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>.
- Endarwita, Endarwita. 2021. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. Jurnal Ilmiah Edunomika 5 (1): 641–52. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>.
- Fadhli, Muhammad. 2020. *Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan*. Continuous Education: Journal of Science dan Research 1 (1): 11–23. <https://doi.org/10.51178/ce.v1i1.7>.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*. Humanika 21 (1): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Farida, Siti Ning. 2023. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Kain Shibori Pada Umkm Arafa Surabaya Berbasis Marketing Mix*. Jurnal Bisnis Indonesia 14 (1): 1–18.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. Hal 1-387

- Harini, Cicik, Heru Sri Wulan, dan Feri Agustina. 2022. *Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Kota Semarang*. Jurnal Manajemen Daya Saing 23 (2): 90–96. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16860>.
- Haryanto, Mozes, Nurdwiana Sari Saudi, Muh. Ashary Anshar, dan Moh Hatta. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. Journal of Management 5 (1): 222–37. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>.
- Hasibuan, Masnilam, and Vince Napitupulu. 2021. *Pengaruh Lingkungan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Sentra Industri Pengolahan Salak Agrina Parsalakan*. Jurnal Ekonomi 23 (1): 60. <https://doi.org/10.37721/je.v23i1.762>.
- Hasim, Daud. 2018. *Studi Komparatif Tereduksinya Kampung Nelayan Di Kota Tidore Kepulauan Dan Kota Ternate Provinsi Maluku Utara (Studi Kasus Kelurahan Tomalou Dan Kelurahan Sangaji)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan (JEPA) VI (1): 23–31. <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/jepa/article/view/1140>.
- Hendrayani, Eka dkk. 2021. *Konsep Bauran Pemasaran 4P Dan 7P*. Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep, no. June: 126.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bdanung: Alfabeta
- Ismanti, Kiki. 2023. *Analisis Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Di Depok*. Sosio E-Kons 15 (1): 118. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v15i1.16303>.
- Juwariyah, Nurul, dan Rosyati Rosyati. 2021. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan (Studi Pada Pt.Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019)*. Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS) 4 (1): 55. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v4i1.2662>.
- Kusmiati, Devi Ayu; Arviani, Heidy. 2022. *Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk MYNITRO PT Widya Inovasi Indonesia-Widia Rabotic*. 20 (1): 105–23.
- Mamonto, Tumbuan, and Rogi. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 9 (2): 110–21.

- Mayola, Cindy Arinda, Dindy Sinta Megasari, Sri Dwiyantri, dan Dewi Lutfiati. 2021. *Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Bulu Mata Palsu Ellashes. Pro*. E-Jurnal STRATEGI PEMASARAN MARKETING MIX PRODUK BULU MATA PALSU ELLASHES.PRO Cindy 10 (3): 83–95.
- Moekti, Talenta Aulia, Muchaerini Khasanah, dan Rusdi Hidayat. 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>.
- Musyawah, Irdha Yanti, and Desi Idayanti. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju*. Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen 1 (1): 1–13.
- Nadya, Maulita, Yuanita Soewarno, and Lia Nirawati. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Griya Manik Di Desa Plumbon Jombang*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 13 (2): 21–30.
- Nofiani, Panca Windi, and Mansur Chadi Mursid. 2021. *Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital*. Jurnal Logistik Bisnis 11 (2): 71–77.  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>.
- Novitasari, Devi, dan Samari. 2021. *Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pdanemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, Dan Saluran Distribusi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan, 55–63.  
<https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514>.
- Nurliyanti, Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, dan Baruna Hadibrata. 2022. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement)*. Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik 2 (2): 224–32.  
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>.
- Nursyirwan, Vivi Iswanti, dkk. 2020. *Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat 3 (2): 238. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v3i2.5077>.
- Permana, Krisna Azim dan Acep Samsudin. 2023. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Warung Kopi Rivan Surabaya Dengan Metode Analisis Swot*. SEIKO : Journal of Management & Business 6 (1): 965–72. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4165>.

- Poluan, F. M. A., S. L. Mdaney, dan I. W. J. Ogi. 2019. *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 7 (3): 2969–78.
- Pratama, Angga dan Raihan Yunina. 2021. *Model Pemasaran Digital Produk Sana Drinks Melalui Instagram Ads Dan Jasa Pengiklanan Kooda Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Sisfo: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi 5 (2): 107–16. <https://doi.org/10.29103/sisfo.v5i2.6235>.
- Qori, Imam. 2019. *Analisis Implementasi Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren*. Management and Business Review 3 (2): 83–94. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4605>.
- Rambe, Dhea Nita Syafina, dan Nuri Aslami. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat 1 (2): 213–23. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.
- Refaldi, Ahmad, Kurniaty Kurniaty, dan Abdul Kadir. 2023. *Pengaruh Promosi, Potongan Harga Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya) Alfamart*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi 1 (4): 172–82. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.714>.
- Riski Putri Anjayani, dan Intan Rike Febriyanti. 2022. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)*. Jurnal Multidisiplin Madani 2 (9): 3610–17. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>.
- Sholicha, Nikmatu, and Renny Oktafia. 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Umkm Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto*. Ilmiah Ekonomi Islam 7 (2).
- Silalahi, Marina. 2019. *Acalypha Indica: Pemanfaatan Dan Bioaktivitasnya*. Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences 11 (2): 81–86. <https://doi.org/10.30599/jti.v11i2.478>.
- Situmorang, Irvan Rolyesh. 2022. *Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurnia Putra Mdaniri Cabang Siak*. Senashtek, 552–61. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek>.
- Wijandari, Ana, and Neng Sumilah. 2021. *Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM) 1 (1): 61–64. <https://doi.org/10.51805/jpbm.v1i1.12>.

Yohana Walangitan, Brenda, Lucky OH Dotulong, dan Jane G Poluan. 2022. *Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 10 (4): 511–21.

Yusanto, Yoki. 2020. *Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Journal of Scientific Communication (Jsc) 1 (1): 1–13.

Zubaidah, Elok, Kiki Fibrianto, dan Sovidanini Dwiki Kartikaputri. 2021. *Potensi Kombucha Daun Teh (Camellia Sinensis) Dan Daun Kopi Robusta (Coffea Robusta) Sebagai Minuman Probiotik*. Jurnal Bioteknologi & Biosains Indonesia (JBBI) 8 (2): 185–95. <https://doi.org/10.29122/jbbi.v8i2.4186>.