

## 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.
- Almubaroq, M. N. K., & Mufreni, S. L. (2021). Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Promosi Di Instagram Pada Umkm (Studi Kasus Cv. Satoeasa Untuk Indonesia). *Prosiding Seminar Nasional Informatika Bela Negara*, 2,214–218.
- Arisandy, Y. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 74–88.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Budiati, P. L., & Akhiria, T. (2021). *Volume Penjualan Jasa Konveksi Pada Cv. 14(1)*, 160–177.
- Candra Dyah Utami, & Ajeng Wahyuni. (2022). Implementasi Experiential Marketing Dan Instagram Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sejahtera Hati Warung Kopi Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 23–42.
- Dima, N., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3),356.
- DuFault, D. V., Constantino, R., & Meszaros, I. (1980). Neocolonial Identity and Counter-Consciousness. *Pacific Affairs*, 53(2), 372.
- Endarwita, E. (2021). Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652.
- Farid, Y. (2022). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Ayam Petelur. 1(2)*, 42–52.
- Hanif, H. R., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan

- Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164–177. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.460>
- Harini, (2018). (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kualitas Produk Pada Restoran Ra Di Medan. *Jsmb*, 6(2), 2019–2068. Retrieved from <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Lailia, V. R. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMISC)*, 1(2), 1–10.
- Megalia, -, Sumarwan, U., & Saptono, I. T. (2018). Analisis Strategi Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Restoran XYZ. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 161. 161-169
- Natalia Stella, A. K., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. 382 *Jurnal EMBA*, 10(4), 382–392.
- Prastiyani, W. S., & Hartono, B. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Menggunakan Sosial Media Instagram Pada Umkm Tas Kerajinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Terpadu (Jimetera)*, 2(2), 79–83. Retrieved from <http://jurnal.utu.ac.id/jimetera>
- Budi. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Kedai Ms18 Lamongan. *SEIKO : Journal of Management & Business*. 6 (1). 231 – 241.
- Ramadhan, R. T., & Kusuma, Y. B. (2023). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2942–2957.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Setyawan, H. M. (2020). Strategi Promosi Melalui Akun Instagram Dalam Membangun Minat Kunjung Wisatawan Di Yogyakarta. *Strategi Promosi Melalui Akun Instagram Dalam Membangun Minat Kunjung Wisatawan Di Yogyakarta*, 48.

- Sudarti, K., & Hidayah, N. (2022). Peran Value Co-Creation Dalam Meningkatkan Marketing Performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30659/ekobis.1.1.1-15>
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31–42.
- Syaputra, M. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Dorong Dan Tarik Dalam Keberlangsungan Pengelolaan Bisnis Rintisan Pt. Compro Kotak Inovasi. *Journal Of Business & Applied Management*, 12(1), 2621–2757. Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Torong, L. O. B., & Nawawi, Z. M. (2022). Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1379–1385.
- Uyun, Niken Dima Nur., and Dwiridotjahjono, Jojok. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 5 (3), 356 – 365.
- Wahyudi, F., Wicaksono, T., Manajemen, S., Ekonomi, F., Kalimantan, U. I., Arsyad, M., Banjari, A. (2023). *PERABOTAN RUMAH TANGGA AW JAYA BANJARMASIN*. 2023(Senasekon), 102–111.