

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufiq, 2005, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Anjang, Indra, et.al., 2020, “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT HATNI (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) di Desa Tlogosadang Kecamatan Pacitan Kabupaten Lamongan Jawa Timur*”, dalam Jurnal ECSOFiM, Vol. 3, No. 1.
- Asnawi, Nur dan Fanani, Muhammad Asnan, 2017, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers).
- Assauri, Sofjan, 2004, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Ayu, Widia Resti, 2020, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo*”, (Ponorogo: Skripsi).
- Bahwiyanti, Jaya dan Sugiannor, 2018, “*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. Paris Banjarbaru*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Jilid 4, No. 1.
- Dayat, M., 2019, “*Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan*”, Jurnal Mu'allim Vol.1, No.2.
- Efendi Pakpahan, 2007, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga).
- Fajriyah, Lilis Wahidatul, 2018, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Puji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan).
- Firdaus, Muhammad, 2012, *Manajemen Agribisnis*, (Malang: Bumi Aksara).
- Firna M.A. Poluan, dkk, 2019, “*Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)*”, Jurnal EMBA, Vol.7, No.3.
- Fuad, M., H. Christin, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F, 2006, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Utama)
- Haqi, Masna Munadiya, 2020, *Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha di Alina Fotokopi Ponorogo*, (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan).

- Helaluddin dan Wijaya, Hengki, 2019, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*, (t.t.p: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray).
- Hendika, Dimas, Arifin, Zainul dan Sunarti, 2015, “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.29 No.1.
- Hutabarat, Esterlina, 2017, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki FU Pada PT Sunindo Varia Motor Gemilang Medan*, Vol. 3 No. 1.
- Junaid, Ika Suryono, 2018, “*Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor*”, Jurnal Fame, Vol.1, No.1.
- Kasmir dan Jakfar, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media).
- Kasmir, 2006, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Kluter, Philip dan Armstrong, Gary, 2006, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, Edisi kesebelas*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia).
- Kluter, Philip dan Armstrong, Gary, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I*, (Jakarta: Erlangga).
- Kluter, Philip dan Armstrong, Gary, 2009, *Manajemen pemasaran. Jilid 2 Edisi 13*, (Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Kurdi, Sulaiman, Fauzi, Muhammad, dan Kholil, Moh., 2018, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Kendal*”, Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi, Volume 4 Nomor 2.
- Listama, Reni, 2018, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko AKA HIJAB Tulungagung Ditinjau dari Ekonomi Islam*, Skripsi (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).
- Lupi, Fadel Retzen dan Nurdin, 2016, *Analisa Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia.com*, Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer Vol. 2 No. 1.
- Makmur dan Suprijal, 2015, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pengairan)*, (Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 3 No. 1).
- Marcelina, Jesse dan B. Billy Tantra, *Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya*, (Surabaya: Skripsi tidak diterbitkan).

- Moleong, Lexy J., 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Mubarok, Nurul, 2017, *Eriza Yolanda Maldina, Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista*, Jurnal I-Economic Vol.3, No 1.
- Muharto dan Ambarita, Arisandy, 2016, *Metode Penelitian Sistem Informasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama).
- Oesman, Y. M, 2010, *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, (Bandung: CV Alfabeta).
- Putri, Budi Rahayu Tanama, 2017, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Buku Ajar Tidak Diterbitkan).
- Rahardjo, Mudja, 2017, *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*, (Malang: UIN Ibrahim Malang).
- Raharjo, Tri Weda dan Rinawati, Herrukmi Septa, (ed), 2019, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Bermitraan Desa Wisata* (Surabaya: Jakad Publishing).
- Rangkuti, Freedy, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Riyanto, Slamet dan Hermawan, Aglis Andhita, 2020, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, Cetakan Pertama).
- Rusdi, Moh, 2019, *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD Berkah Jaya* (Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.6 (2)).
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan, 2014, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta).
- Schiffan, 2005, *Volume Penjualan* (Jakarta: Rineka Cipta).
- Sedjati, Renita Sri, 2015, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Sucahyo, Febrian Adi, 2014, *Analisis Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada Toko Olahraga Sport Smart FIX UNY*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan).
- Sukotjo, Hendri dan A, Sumanto Radix, 2010, "*Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*", Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2.

- Sunarto, 2004, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: AMUS).
- Sunyoto, Danang, 2013, *Teori, Kuisisioner dan Analisi Data : Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Sutrisno, H. Edy, 2017, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cet. Ke-9, (Jakarta : KENCANA).
- Swastha, Basu, 2002, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Penerbit Liberty).
- Swastha, Basu, 2002, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*. Cetakan 8, (Jakarta: Penerbit Liberty).
- Syam, Syaiful, 2014, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Cair Pada Gapoktan Sipakainge*, Skripsi (Makasar: Universitas Hasanuddin).
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andy Offset).
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Press) Cet. Ke-5.
- Untari, Dewi dan Fajariana, Dewi Endah, 2018, *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik)*, (Jurnal Sekretari dan Manajemen Vol. 2 No. 2).
- Vitridzky, Sheryl dan Wahyuni, Itca Istia, 2017, “*Strategi Bauran Pemasaran 99ers 100.0 FM dalam Mempertahankan Rating Top Radio Remaja*”, Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Vo.1, No.2.
- Wibowo, Dimas Hendika, et, all., 2015, *Analisa Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Butik Diajeng Solo)*, (Jurnal Administrasi Bisnis Vo. 29 No. 1).
- Yaumi, Muhammad dan Damopolii, Muljono, 2016, *Action Research: Teori Model & Aplikasi*, (Jakarta: Kencana).
- Zakariah, M. Askari, et.al., 2020, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research And Development (R n D)*, (t.t.p,: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka).