

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Bisnis* (M. S. Suryandari, Sofia Yustiani, S.E. (ed.); ke-3). CV ALFABETA.

Sumber Jurnal :

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>

Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>

Candra, E., Persada, R., & Triwinasis, C. S. (2022). Efektivitas Sales Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Apartemen The Monde City Batam. *Journal Of Management And Accounting*, 1(1), 44–53.

Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>

Dindin Abdurohim, & Andry Mochammad Ramdan. (2022). Survival Strategies and Online Marketing in the Time of the COVID-19 Pandemic of Bandung City SME: A Case Study of the Cibaduyut Shoe Center. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 944–957. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1259>

Effendy, A. A., Mas'adi, M., & Murtiyoko, H. (2021). Implementation of Digital Marketing Strategies to Increase Sales during the Covid-19 Pandemic. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 155–163. <https://doi.org/10.56457/jimk.v9i1.108>

Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).

Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah*

- Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Handayani, R., Runtuwene, R. F., & Sambul, S. A. P. (2018). Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT.Sinar Purefoods Internasional Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 34–40.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Lenda, S., Azwar, R., & Resi, J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4.
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Madhani, P. M. (2016). Sales and Marketing Integration: Enhancing Competitive Advantages. *The IUP Journal of Business Strategy*, XIII(4), 50–77.
- Martini, T., & Syabilla, A. (2022). *Administrasi Perencanaan Konten Instagram Customer Pada Divisi Chlorine di Perusahaan Cyberlabs*. 8(2), 162–173.
- Munadi, F. A., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2008). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *Journal of Economics*, 1–14.
- Pegah, H. (2020). The Relationship Between Salesmen's Emotional Intelligence and Sales Skills in In-Person Sales (Case Study: Salesmen of Commercial Complexes in

- the Third Municipality District of Bandar Abbas City). *International Journal of Marketing Studies*, 12(2), 62. <https://doi.org/10.5539/ijms.v12n2p62>
- Prasasti, R., Rosadi, T., Pariwisata, A., & Banjarmasin, N. (2021). Peran Dan Strategi Sales & Marketing Department Pada Kegiatan Sales Call Dalam Pemasaran Produk Di Amaris Hotel Banjar. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 02(02), 148–162.
- Prasetyo, A. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pabrik Mesin Industri Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 4(2), 201. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i2.662>
- Priatna, H., & Rudi, M. (2016). Pengaruh Persediaan Bahan Baku Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus Pada Cv. Cisatex Di Daerah Majalaya). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Volume 7,(2086–4159), 7.
- Purwaningtias, F. (2018). E-COMMERCE PENJUALAN BERBASIS METODE OOAD (Studi Kasus : PT Musi Utama Bercahaya Palembang). *Jurnal Cendikia*, XV(9), 1–5. https://scholar.google.co.id/scholar_url?url=http://jurnal.dcc.ac.id/index.php/JC/article/download/52/29&hl=en&sa=X&ei=y8gSZKeNKISNygSCsrCYDg&scisig=AGBfm3X4TXuTn2Oq61H1f81fozcmjZmgQ&oi=scholar
- Putra, F. D. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>
- Putri, Y. A., & Sulbahri Madjir. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Xl Axiata Tbk Di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 23–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i1.4790>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rahmatullah, F., & Nurdin, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nilai

- Penjualan Pada Cv. Jaya Mantap Perkasa Kota Bima Marketing Strategy in Increasing Sales Value in Cv. Jaya Mantap Perkasa Kota Bima. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 22–36. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.3204>
- 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>
- Safrawali, & Siregar, B. (2022). Penerapan Administrasi Bisnis dan Administrasi Perkantoran Modern di Kota Medan. *AFoSJ-LAS (All Fields of Science J-LAS)*, 2(2), 364–375.
- Shell, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Teh Botol Sosro di Toko CNI Tembilahan. 4(1), 1–23.
- Sitorus, Maria Christina & Kuriawan, A. (2021). Pengaruh Penjualan Tunai Dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PD Gloria Bandung. *Jurnal Financia*, 2(1), 13–23. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/financia/article/view/409>
- Sucipto, A. (2020). Sistem Informasi Penjualan Oleh Sales Marketing Pada Pt Erlangga Mahameru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 1(1), 105–110. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Bisnis* (M. S. Suryandari, Sofia Yustiani, S.E. (ed.); ke-3). CV ALFABETA.
- Suharso, A., Haerul Jaman, J., & Mulyana, A. (2020). Brosur Digital untuk Fitur Eksterior Produk Otomotif berbasis Markerless Augmented Reality. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 6(1), 11–16. <https://doi.org/10.54914/jtt.v6i1.237>
- SUTRISNO, N., & KHARISMAR, E. (2021). Peningkatan Daya Saing Dan Pangsa Pasar Dalam Bisnis Otomotif Melalui Brand Dan Personal Involvement. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 65–74. <https://doi.org/10.34208/jba.v23i1.873>
- Vyas, A. V. (2015). An Analytical Study of FDI in India. *International Journal of*

Scientific and Research Publications, 5(10), 198–226.