

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prenhallindo.
- Hamali, A. Y. (2019). *Pemanahaman Praktis Administrasi, Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 12). Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Acar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Agusri, A. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(3), 192-203.
- Azizah, S., & Astuti, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Salon Aura Depok Dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 645-652.
- Dima, N., Uyun, N., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 356-365.
- Erfiana, D., & Sariyani, N. L. P. (2024). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi Nasabah di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pemogan. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 84-92.
- Fauzi, A., Prayogo, A., Luthfiana, H., Pertama, N. A., Setyawati, P., & Rahellea, S. L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Dalam Unit Yang Diperlukan Untuk Mencapai Target Laba Pada Perusahaan Dagang: Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 505-512.

- Firmawati, Y. (2021). Analisa Perbandingan Volume Penjualan Sebelum Dan Sesudah Promosi Produk Minyak Diesel Daur Ulang Pada Pt Sinar Surya Maju Sentosa. *Journal Of Communication Education*, 15(2).
- Laia, S., Dakhi, Y., & Dakhi, P. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di Ud. Lis Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *PARETO: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 36-46.
- Lestari, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 203-211.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Wijanarko, H., & Sulistyawati, L. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Dengan Metode PLC (Product Life Cycle). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1551-1566.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementasi bauran pemasaran 7p dalam meningkatkan volume penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 299-314.
- Zulfikar, R. (2008). *Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toserba X di Kota Bandung*.

Sumber Lainnya

- Maxmanroe. (2018). Pengertian Administrasi Niaga/Bisnis, Ciri-ciri, Ruang Lingkup. Retrieved March 31, 2024, from <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi-bisnis.html>