

DAFTAR PUSTAKA

- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 9–64.
- Feibe Kereh, Altje L. Tumbel, S. S. R. L. (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.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Harnita, A., Kambolong, M., & Yusuf, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Horison Kendari. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 302. <https://doi.org/10.52423/bujab.v1i2.9562>
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 22–47. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.329>
- Indrasurya, B. (2010). Manajemen Pemasaran. *Educational Guidance and Counseling Development Journal*, 10–48.
- Kurnianto, B. (2019). Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat Pengembangan Lingkar Wilis Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal AGRIBIS*, 13(15), 1–31.
- Nurhasanah Nurhasanah, Musnaini Musnaini, Husni Hasbullah, & Sigit Indrawijaya. (2024). Strategi Pemasaran Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat pada Bank Sampah Barokah Bersama Kelurahan Mayang Mangurai Kecamatan Alam Barajo. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 318–328. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.986>
- Nurmansyah, I., & Gunawan. (2023). Tinjauan Strategi Pemasaran yang Diterapkan di CV Amartya Catur Perkasa dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 6681(6), 524–527.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112.

<https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>

Samtono Samtono. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner pada Warung Makan Ayam Goreng “Bu Toha” di Desa Lopahit Tuntang Semarang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(2), 130–147. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v16i2.121>

Septiana R., I., Aprianto, R., & Suyadi. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan D’Best Meat Hollic Lubuklinggau Di Masa Pandemi Covid-19. *Escaf*, 1151–1160.

<https://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/view/308%0Ahttps://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/download/308/174>

Silvanah Maulidah. (2012). *Pengantar Manajemen Agribisnis*. <https://books.google.co.id/books?id=WLjDwAAQBAJ&dq=Menurut+Tjiptono,+produk+merupakan+bentuk+penawaran+organisasi+jasa+yang+ditujukan+untuk+mencapai+tujuan+oganisasi+melalui+pemuasan+kebutuhan+dan+keinginan+pelanggan.+Dalam+konteks+ini+produk+bisa+berupa>

Tiana, N. E., & Setyawati, E. (2012). Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro Di Wilayah Surabaya. *BIP’s JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 4(2), 126–140. <https://doi.org/10.37477/bip.v4i2.147>

Zahrah, A., Mandey, S. L., & Mangantar, M. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216–226. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36216>

Zamrodah, Y. (2016). *Strategi Pemasaran Indri Astuti*. 0(2), 11–12.