

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.37385/Msej.V1i1.30>
- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). *Analisis Segmenting , Targeting , Dan Positioning Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo*. 67–78.
- Anisa, N. A., Arifin, S., Setyowati, L., Hidayah, N., & Megasari, A. D. (2020). Financial Literacy On Impulsive Buying Behavior In Y Generation. *Quantitative Economics And Management Studies*, 1(1), 70–75. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems80>
- Budiman, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi Pada House Of Moo, Semarang ). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.
- Ferdinand Risamasu, E. A. (2015). *Pengantar Manajemen*. Perdana Publishing.
- Gadis, D., Yusita, R., Kusuma, D., Soedjoko, H., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Greenland Kediri 1),2)*. 624–631.
- Guntarayana, I., Putri, K., & Chuly, R. Y. (2018). Analisa Strategi Dalam Pemasaran (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Di Karangtengah Kota Blitar). *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 46–56. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V11i2.1099>
- Haryono, S., & Nurlaela. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume Di Penjualan Pada Pengusaha Garam Di Purwokerto. *Journal Lppm Unindra*, 11(2), 146–155.
- Inayah, I., Oktaviani, R., & Daryanto, H. K. (2015). The Analysis Of Export Determinant Of Indonesian Pepper In The International Market. *International Journal Of Science And Research*, 5(11), 1856–1860. <https://doi.org/10.21275/ART20163261>
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Jakarta: Airlangga.
- Maximillian, S., Ayu Septi Fauji, D., & Sardanto, R. (2022). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel. *Senma (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Analisis)*, 23–30.

- Novika, S. (2020). *Sektor Ekonomi Kreatif Yang Jadi Primadona Ekspor RI*.
- Nuary, N. S. (2016). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Pt Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 2(1).
- Nurmin, S., & Dahlan. (2022). *Strategi Pemasaran Batu Berwarna Di Desa Penggajawa Pada Cv Roenty Di Kecamatan Nagapande Kabupaten Ende*.
- Oktaviana, F. S. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di FZ Shopee Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1174–1180.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasarn Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prihatini, W., & Ratnanto, S. (2023). *Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*. 2, 720–732.
- Putra, Y. P., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2016). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volum Ekspor (Studi Pada Bali Pasadena Rattan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 179–184.
- Reni Novitasari, R. K. (2023). *Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Rumah Pada Pt Bjs Property*. 2, 1269–1276.
- Rinaldi, M., Jamal, A., & Seftarita, C. (2017). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia*, 4(1), 49–62.
- 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>
- Sonia, N. (2021). Jurnal Wacana Ekonomi Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(03), 154–160.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D (2nd Ed.)*. ALFABETA, Cv: BANDUNG.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (4th Ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Umi, Z. (2020). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sekararum Fashion Semarang*. Skripsi Tidak Terbit.