

## DAFTAR PUSTAKA

- Adila, W., & Subari. (2024). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal PESAT Pengabdian Masyarakat STIA LK*, 3(1), 162–166.
- Andriani, V., Rafidah, & Tanjung, F. S. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Di Desa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)*, 3(2), 59–73.
- Ardianti, S. U., Wahyu, S., Handayani, E., Ilmu, F., Politik, I., & Surakarta, U. (2021). *Interior Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Desa*. 19(4), 287–292.
- Arif Fakhruddin, D. (2022). Bauran pemasaran. *BAURAN PEMASARAN*.
- Aswaruddin. (2024). *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Terhadap Produk Markisa Pada CV. Citra Sari Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Athallah, R. W., & Maksum, I. (2024). Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(9), 30–39.
- Covid-, T. D., Setyowati, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan yang*. 10(1), 73–84.
- Januarista, W. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kecil Bakso Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 20(1), 40–51. <https://doi.org/10.32503/agribisnis.v20i1.904>
- Khairi, U. A., Hasibuan, N., Riza Pratama, A. Z., & Suhairi. (2024). Strategi Pemasaran dan Posisi Target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 9–17.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22). Peason Education Limited.
- Manajemen, S., Kompensasi, P., Kerja, D., Lingkungan, D. A. N., Kinerja, T.,

- Pada, K., & Gtt, C. V. (2022). *Pengaruh kompensasi, disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada cv. gtt kediri 1),2)*. 663–670.
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Volume, A., Beras, P., Ditinjau, L., Harga, D., Produk, K., Pelayanan, D. A. N., Toserba, D. I., & Nganjuk, B. (2021). *Analisis volume penjualan beras lokal ditinjau dari harga, kualitas produk dan pelayanan di toserba bahagia nganjuk*.
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693–702. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Nurgina, E., Nurhalimah, E. L., Aulia, F. A., Restakirana, F., Azshois, F., & Budiman, H. (2020). Analisis Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Gula Aren Di CV. Candela. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(1), 44–58. <https://doi.org/10.54783/jin.v2i1.106>
- Pertanian, F., & Islam, U. (2023). <https://doi.org/10.33558/cefars.v6i1.5879>. 06(01), 8–20.
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8.
- Ramdani, S., & Putri, B. P. S. (2021). Implementasi Marketing Communication Mix Pada Alexa Vape Store Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6805–6816.
- Samari, S., & Hakimah, E. N. (2020). Kajian Etnometodologi: Pola Pemasaran Berpihak Masyarakat Pedesaan Kediri Pada Ritel Tradisional. *Ekonika :*

- Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 5(1), 95.  
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i1.712>
- Simposium, P., Multidisiplin, N., & Tangerang, U. M. (2022). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko buku gramedia kota tangerang* 123. 4, 142–147.
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2023). *Implementasi bauran promosi dalam usaha meningkatkan penjualan pada cafe belikopi kediri 1),2),3).* 2, 1602–1609.
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). *PENGARUH WORD OF MOUTH , MEDIA SOSIAL , DAN KUALITAS PRODUK.* 3, 836–843.
- Studi, P., Feb, M., Kediri, U. N. P., Promosi, P., Pelayanan, K., Lokasi, D. A. N., Minat, T., Konsumen, B., Janji, D. I., & Kediri, J. (2024). *Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di janji jiwa kediri 1),2),3).* 3, 504–512.
- Sudi, M., Maida, S. T., Ningsih, T. S., & Setianti, Y. (2025). *Jurnal JTIK ( Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi ) Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Yamaha NMAX.* 9(March), 78–95.
- Sudrartono, T. (2019). *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen,* 10(1), 55–66. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.40>
- Suwitho. (2022). *Manajemen Pemasaran Modern* 2. 2, 01.
- Syari, E., & Lampung, I. M. (2023). *Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sate Madura ( Studi Pada warung sate Madura Cak Budi dijalan Imam Bonjol Kota Metro ) Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sate Madura.* 1(4).
- Wulandari, A., Yunus, M., & Idris, M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Bakso Mas Cingkrank Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Kota Makassar. Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi,* 2(4). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i4.54>