

DAFTAR PUSTAKA

- Adetia, M., & Rozci, F. (2024). *ANALISIS STRATEGI PROMOSI PRODUK EMAZO MERAH DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN* *Analysis of Emazo Red Product Promotion Strategies in Increasing Sales Volume*.
- Ali, S. I., & Pardalepi, S. (2025). ANALISIS STRATEGI PASAR: PENDEKATAN DALAM MENENTUKAN SEGMENT DAN TARGET KONSUMEN. In *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences*. MJRS.
- Aliami, S., Muslih, B., Zulistiani, & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Volume 7, Nomor 1. <https://doi.org/https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596>
- Anas, M., Zulistiani, Kurnia, I., Daniati, E., Muslih, B., Riwayatiningsih, R., & Yanti, N. E. (2023). *Developing Critical Thinking Achievement In Macroeconomics Course Trough Adi Learning Based*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n8-010>
- Ani Rohanah, Azahra, D. F., Sendy, D. L., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Kondisi Bisnis BMT Bahtera Dalam Memasuki Pasar Industri Jasa Keuangan Syariah : Pendekatan General Electric. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 33–49. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3281>
- Arif, M., & Sismar, A. (2024). Halaman | 47 PERAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO SINAR ANEKA SORONG PAPUA BARAT DAYA. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- Ariyani, F., Adrian, J. P., Sidjabat, S., Sofiati, N. A., & Pahala, Y. (2025). Determinasi Bauran Pemasaran: Analisis Peran Daya Beli Konsumen, Pesaing, Perilaku Konsumen dan Demografi Konsumen. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 11–26. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i1.1992>
- Arohman, Kohar, & Purwanto. (2019). Pelaksanaan Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung Lampung Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10 No.01. <https://doi.org/https://doi.org/10.52657/jiem.v10i01.1245>
- A.S, A., & Ali, H. (2025). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik)*. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2>
- Assael. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.). South-Western College Publishing.
- Astri, F., & Tolitoli, U. M. (2021). PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET SAHABAT RPK UMI DI TERMINAL PASAR BUMI HARAPAN TOLITOLI Maskur 2. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(3).

- Azzahra, R. T., & Saleh, A. (2025). Strategi Perencanaan Kreatif dan Pengembangan Pesan Komunikasi Pemasaran pada Program “Family 100” MNCTV. *AFoSJ-LAS*, 5(2), 189–201. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Belycia, C., & Soelasih, Y. (2024). Faktor pembentuk green purchase intention pada pakaian ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 24(1), 15–30. <https://doi.org/10.28932/jmm.v24i1.9397>
- Coughlan, A. T. , A. E. , S. L. W. , & E.-A. A. I. (2006). *Marketing channels (7th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Dimarti, A. C. A., Susilo, B. D., Dewi, L. K., Kameliya, S., & Putri, S. F. (2024). Pemasaran Digital Pada Startup “Socia Creative Agency”: Strategi Startup untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Mencapai Dominasi Pasar. *NSAFE*.
- Djaslim Saladin. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya.
- Erick, Pannata, D., Tanaka, K., & Luckianto, J. (2024). Perbandingan Perencanaan Enterprise Manufaktur pada Berbagai Perusahaan Manufaktur. *JDMIS: Journal of Data Mining and Information Systems*, 2(2), 66–74. <https://doi.org/10.54259/jdmis.v2i2.1897>
- Evdokimova, S. A. (2021). Segmentation of store customers to increase sales using ABC-XYZ-analysis and clustering methods. *Journal of Physics: Conference Series*, 2032(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/2032/1/012117>
- Fadhilah, R. N., Sari, D. M., & Kinasih, N. A. (2024). *Dampak Strategi Pemasaran E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Fadlila, M. (2024). *Analisis Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus Catering Yunissa di Tulungagung)*. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Faizah, E. N., & Majid, A. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 54–64. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.130>
- Faizin, M., GS, A. D., Mahjudin, Zuhro, D., & Wasesa, T. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Jasa Bordir Pada Cv. Aditama Di Kota Surabaya. *JURNAL JUMMA45*.
- Febriansyah, E., Dhayan, H., Martya, C., Azwani, A., Rianto Gaol, T. L., Carla Lydia Pascasia, R., Ayu Lestari, F., & Ilham Zultami, S. (2025). *PELATIHAN PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA*. 2(1). <https://doi.org/10.25299/ijtima.2024.21752>
- Firman, A., & Nurjanah, S. (2024). *Strategi Pemasaran Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi*.
- Galih, S. A. M., & Sukmadewi, R. (2024). OPTIMALISASI ALUR DISTRIBUSI: MEMPERLANCAR EFISIENSI MELALUI DAFTAR HARGA PENGIRIMAN DAN

MODA TRANSPORTASI YANG STRATEGIS. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.

Haqudin, M. S., Wihara, D. S., & Muslih, B. (2024). Desain Strategi Marketing Produk Grubi di Munjungan Trenggalek untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Tahun*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.28926/sinda.v4i1>

Hariyansah, N. (2021). *Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam* (Vol. 19, Issue 2). <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/>

Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). *PARETO : Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.

Idhoh, N. H., Program, F., Agribisnis, S., Pertanian, F., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). ANALISIS MARGIN PEMASARAN DAN STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF AGROINDUSTRI TAHU DI DESA JAMPES KECAMATAN PACE KABUPATEN NGANJUK (Analysis of Marketing Margin and Competitive Marketing Strategy of Tofu Agroindustry in Jampes Village, Pace District, Nganjuk District). In *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA* (Vol. 11, Issue 2).

Ismail, M. H., Abdilla, Y. F., & Nirawati, L. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi PT. Tirta Investama Surabaya. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 33–46. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v5i1.1015>

Jaya, E. P., Sissah, & Agusriandi. (2024). *ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PRODUK CV. ADILA SNACK JAMBI*. 2(2), 410–422. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.981>

Khairi, U. A., Hasibuan, N., Pratama, A. Z. R., & Suhairi. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DAN POSISI TARGET SEBAGAI KUNCI KEBERHASILAN BISNIS*. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>

Kotler, P., & Keleer, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. . Pearson Higher Ed.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.

Leonard, N. A. C., & Meilina, R. (2024). Analysis of Green Consumer Behavior on Purchasing Waste Recycling Products Reviewed from Environmental Knowledges, Recycle Behavior, and Government Regulations. *MSJ: Majority Science Journal*, 2(1), 207–218. <https://doi.org/10.61942/msj.v2i1.73>

Maemunah, A. S., Basari, A., Nursolih, E., Universitas, F. E., & Ciamis, G. (2024). *PERAN CHANEL DISTRIBUTION (SALURAN DISTRIBUSI) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya)* (Vol. 3).

Maharani, N., & Anugerah, S. (2022). ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI KERUPUK UYEL DI PT. INDO PUTRA HARAPAN SUKSES MAKMUR KEDIRI. In *Jurnal Multidisiplin Ilmu* (Vol. 1, Issue 3).

Mangu, B., & Beni, S. (2021a). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>

- Manggu, B., & Beni, S. (2021b). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Mariska, R., Affan Habibie, M., Iskarim, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2024). Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam Pendidikan Dasar: Pendekatan Edupreneurship untuk Meningkatkan Diferensiasi dan Daya Tarik Sekolah. *Journal Innovation in Education*, 2(4), 93–106. <https://doi.org/10.59841/inoved.v2i4.1884>
- Marpaung, T. F. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Apotek Rawat Jalan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Malinau. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(11), 2035–2042. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i11.456>
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.72-83>
- Muchlisa, N. A., & Surianto, Moh. A. (2021). Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Panahmas Dwitama Distrindo Jember. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2059–2068. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.480>
- Muhandri, T., Hasanah, U., & Amanah, A. (2021). Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 8(1), 10–16. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2021.8.1.10>
- Mustaqiema, M., Aini, N., & Prahastuti, E. (2021). Profil Segmentasi Demografis Butik ‘Mas Freddy Kebaya’ Di Kota Malang. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 1(2), 106–117. <https://doi.org/10.17977/um068v1n2p106-117>
- Muzzaila, E. N., Samudra, D. S. J., & Yasin, M. (2025). NALISIS POLA SPASIAL INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) DAN INDUSTRI RUMAH TANGGA (IRT) DI KABUPATEN DAN KOTA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i4.4380>
- Nazmi, H. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN FURING PRIMA PADA PT. BIRU INDOKON. *Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 6(1).
- Novyanti, R., Ahyati, I. U., & Fitriani. (2025). ANALISIS STRATEGI SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING (STP) PADA PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL POLITEKNIK NEGERI BANJARMASIN (Vol. 25, Issue 1). <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Nurjannah, D. K., Nugraha, A., & Rizzalul Ahmad, A. (2024). Analisis Segmentasi Pasar pada UMKM Kuliner Katering (Studi Kasus pada CV. Faoladi Jember). <https://doi.org/10.47134/trilogi.v4i1.155>
- Nurmelyani, N., Harahap, S., & Anas Azhar, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CS FLOAT DALAM MEMPERKENALKAN BRAND IMAGE DI KABUPATEN LABUHANBATU. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2653–2664. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.379>

- Prakosa, A., Zuliatun, S., Wulandari, A. P., Putri, J. H., Ramadan, W. R., & Farhan, F. (n.d.). *Sosialisasi Tipologi Konsumen di Yogyakarta untuk Pengembangan Bisnis Bakpia*.
- Pratiwi, E. A., & Yulianto, A. E. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU VISICOM LED DI SURABAYA BARAT*.
- Purnomo, A. C. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS STRATEGI PENENTUAN PASAR SASARAN*.
- Purnomo, Tiong, P., Inayah, shorihatul, Damayanti, F., Wulandari, A., Wiyanto, H., Hendriyani, C., Suroso, A., & Kartikaningsih, D. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN*. <https://www.researchgate.net/publication/392628127>
- Putri, A. A., 'Aisyi, L. R., Permatasari, P. D., & Iskandar, T. (2024). *ANALISIS PERILAKU MAHASISWI SEBAGAI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP DAYA BELI PRODUK ONLINE DI E-COMMERCE SHOPEE*.
- Ramadhani, N., Sugesti, A. I., Sagita, D. N., & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan Marketplace Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 20. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3560>
- Rengga, M. A., Musarofah, S., & Arifien, M. S. (2025). Pengembangan Strategi Distribusi Inovatif Untuk Meningkatkan Nilai Jual Dan Jangkauan Pasar Buah Mangga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 4(2).
- Rezeki, S. (2024). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia*.
- Rijal, F. (2024). *Harga Dan Kualitas Produk Mainan Jakarta Toys Kota Meulaboh: Penetapan Harga dan Kualitas Produk Mainan Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam*.
- Rosenbloom, B. (2013). *Marketing channels: A management view* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Santoso, R. P., Ningsih, L. S. R., & Irawati, W. (2024). Implementation Of Segmenting Targeting And Positioning Strategies In Improving Marketing Performance. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 280–292. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5939>
- Sari, R. P. (2024). *Analisis Segmentasi Pasar Pada Bank Syariah* (Vol. 1, Issue 1).
- Sartika, F., & Abdillah, L. (2020). Indentifikasi Segmentasi Demografi, Psikografis dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Identification on Demography Segmentation, Psychography, and The Impacts on Buying Decision. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 1(1), 49–55. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Sholeh, I. M. (2024). Strategi pemasaran dalam Desain Interior dan Tren Kontemporer: Model Bisnis Terkini (Studi Pada Inhiven Desaign Sidoarjo). *Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 3(4). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4>
- Sipahutar, I. D. H., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pemasaran Manisan dan Snack Lokal pada Event Lebaran dan Tahun Baru: Studi Kasus di Pasar Petisah, Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1). <https://doi.org/10.53697/emak.v6i1.2022>

- Solling Hamid, R. S., Eka Putri Bachtiar, R. E. P. B., & Idrus, R. D. Al. (2024). *SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- Stanton. (2004). *Fundamentals of Marketing* (11th ed.). McGraw-Hill .
- Sumeke, A., & Joyce, L. H. V. L. (2022). ANALISIS SEGMENTASI DEMOGRAFI DAN PSIKOGRAFI PADA TOKO RAPS ID ANALYSIS OF DEMOGRAPHIC AND PSYCHOGRAPHIC SEGMENTATION AT THE RAPS ID STORE. *Jurnal EMBA*, 10(1), 202–207.
- Susandini, A., & Jannah, M. (2021). TINGKAT PENDAPATAN, POLA KONSUMSI, DAN POLA MENABUNG PETANI GARAM DALAM PERSONAL FINANCE. In *Jurnal Bisnis & Akuntansi* (Vol. 11, Issue 1).
- Telaumbanua, T. I., Mendrofa, Y., Ndraha, A. B., & Zalukhu, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Tahu Murni Kota Gunungsitoli. *Journal of Accounting and Finance Management (JAFM)*, 5, No. 4. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i4>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance of MSMES in Kediri. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Wahyu, I. A., & Lailatunnikmah, A. S. (2022). *Analisis Metode SMART Dalam Strategi Segmentasi Pasar (Studi Produk Tabungan Simitra Mikro Di Bank Mitra Syariah Kantor Cabang Bojonegoro)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.52166/adilla.v5i1.3050>
- Wardani, E. K., & Febrilia, I. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Trust terhadap Customer Loyalty Pelanggan Kopi di Jakarta dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening* (Vol. 4, Issue 1).
- Wardani, R. D., Toni, H., Sutini, Diana, Z., Tjandra, W., & Wiratna. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang Untuk Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Internal Pada PT. Lotte Mart Surabaya. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(4), 155–176. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i4.1714>
- Wijaya, D. D. R., Ronauli, D., & Syahfitri. (2025). STRATEGI PEMASARAN BERBASIS SEGMENTASI: MENENTUKAN, MENGANALISIS, DAN MERAMALKAN PASAR SASARAN UNTUK PENINGKATAN KINERJA BISNIS. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3877>
- Wijoyo, T. A., & Prasetyo, D. M. (2024). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN BAURAN PEMASARAN AMARTA LOUNGE DI HOTEL SANTIKA PREMIERE SEMARANG. In *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* (Vol. 7, Issue 2).
- Wulansari, I. N., Anisa, N. A., & Zaman, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada PT. Anugerah Farm di Cabang Pasar Porong. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5653>

- Yofianti, D., & Safitri, R. (2022). Pola Pergerakan Orang di Masa Pandemi dengan Pendekatan Eksploratif di Wilayah Kepulauan Bangka Belitung. *BENTANG: Jurnal Teoritis Dan Terapan Bidang Rekayasa Sipil*, 10(1), 89–96.
<http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/bentang>
- Yulianti, M. L., Lasminingrat, A., Simamora, R. J., Rahmadi, K., & Yuliani, T. (2022). *Distribusi Pemasaran Kecap Cap Jago Desa Cibenda Kabupaten Pangandaran* (Vol. 2, Issue 2).
- Zahrah, A., & Mandey, S. L. (2021). ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UMKM RM. SOLIDEO KAWASAN BAHU MALL MANADO
MARKETING MIX ANALYSIS TOWARD SALES VOLUME AT RM. SOLIDEO BAHU MALL MANADO MSME. *Mangantar 216 Jurnal EMBA*, 9(4), 216–226.
- Zuhri, F., & Priyanto, M. W. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Pupuk Organik Kulit Pisang. In *Journal of Agribusiness Science and Rural Development (JASRD)* (Vol. 3, Issue 2).