

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreni, E. A., Sinaga, A. A. P., & Rajagukguk, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Kogelaha Indonesia Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis METHOFEMA*, 1(1), 5–24.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Umkm Yjs Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/1175>
- Aparoh, D. B., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan pada Angkringan Ketan Jepri di Kota Tegal. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 61–77.
- Gea, S. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 48–54.
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hinterhuber, & Liozu. (2022). *Innovation in Pricing: Contemporary Theories and Best Practices*.
- Kandampully. (2021). Corporate image dimensions and customer satisfaction: Evidence from the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Keller, & Swaminathan. (2020). *Strategic Brand Management*. Pearson. Kertajaya.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Kotler, P., & Keller. (2020). *Marketing Management*.
- Laia, S., & Dakhi, Y. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan di UD.LIS Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *PARETO: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 36–46.
- Lestari, A. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Produk Amanah Pada PT. Pegadaian Cabang Pusat Padalarang. *Jurnal Pelita Nusa: Sosial dan Humaniora*, Volume 3, 89.
<http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Mishra. (2022). Pricing strategy in marketing: An overview. *International Journal of Research in Marketing and Management*.
- Nuryani, N. N. J., & Desi Handayani. (2022). The Effect of Store Image, Discount Prices and Distribution Channels on Sales Volume At UD Pande Kertiasih In Sawan Village, Sawan District. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1953–1960. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Panuntun Utami, D. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, 3(1), 26–35.
- Perdiana, R. H., Ridwan, W., Yusup, I., & Koeswandi, T. A. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan mie ayam mang nana. *Journal in Prosiding Industrial Reseach Workshop and National Seminar*, 12, 1456–1459.
- Purnamasari. (2021). Strategi Peningkatan Volume Penjualan Produk Kerajinan Bambu di Era New Normal. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol. 5, No.
- Putu, I, Harry, R., & Ayu, Ida, Sasmita, D. (2023). Peranan Segmentasi Pasar , Advertising , dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(5), 890–903.
- Ridhadani. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula* (A. Juhaidi (ed.)). Pascasarjana.
- Rohmah, N. S., & Yuliana, N. (2023). *GAYA KOMUNIKASI HUMAS DINAS KOPERASI PROVINSI BANTEN*. 2(8).
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.6>.
- Shafira, D. (2023). *Analisis Strategi Marketing Syariah Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kambing Aska Aqiqah*. 4(3), 179– 196.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tumini, T., Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 87–94. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.842>.
- Utami, N. P. E. W., & Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha Wahyu Artha Sedana Di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 126–143. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1161>
- Wicaksono. (2020). Membangun Citra Positif Perusahaan melalui Pengungkapan Lingkungan. *Akuntansi Multiparadigma*.