

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduallah, M. (2014). *Manajemen Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika pada CV Yudi Putra*. Skripsi, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Anoraga, P. (2014). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifah, N. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Opak Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo*. Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Arikunto S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1-13, Jakarta: Rajawali Pers.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014). Cet. Ketujuh.
- Fahrurrazi, F., Khoirunnisa, S., & Somantri, B. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Kerudung di Outlet Rabbani*. *Cakrawala*, 2(2), 26–39.
- Farida, I. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. Universitas Islam Attahiriyah, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol.1, No.1.
- Fauziyah, A. N. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Bisnis Kecantikan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Rumah Kecantikan dan Kebugaran Muslimah Salma Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah)*. Skripsi, Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Hartono, L. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Angkringan Van Java Dukun Gresik*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Irawan, H & Kotler, P. (2014). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, cetakan kelima, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Irawan & Kustiyah, E. (2014). *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan*. *Jurnal Paradigma* Volume 12, Nomor 01.

- Keller, P. M. K. L. K., & Hansen, B. G. M. (2019). *Marketing Management 4th European Edition European Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing. (17 th Edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. Kumalasari, N.R. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo*. Skripsi, Ponorogo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Makmur & Saprijal. (2015). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus pada S-MART swalayan pasir pangaraian)*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3 (1). 41-56
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marisa. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Capung Café Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- Moleong, L. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Rosda
- Munadi, Y. (2012). *Media Pembelajaran, sebuah pendekatan baru*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Nikmah, F. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pabrik Teh Kaligua Pandansari Paguyangan)*. Skripsi, Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Nurahmi Hayani. (2012). *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press), hal. 86
- Prastiwi, Q. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan*. Skripsi, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, F. D. (2019) *Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung*, *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 9, no. 2, hal. 462, 2019.
- Sa'adah, U. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi pada petani buah naga di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah)*. Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Savitri. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Café Haagendazs BeachWalk Kuta*. Jurnal Stie Semarang, Volume 13, Nomor 1, Edisi Februari.
- Sidik, F. M. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Klinik Natasha Skin Center Enggal Bandar Lampung)*. Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sofyan, Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada). h. 168.
- Subagio, Hutama & Cristanto, L. (2014). *Analisa Pengaruh Dining Experience terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1).
- Sugiarta, A. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi kasus Distro Equaltrev 16c Mulyojati, Kota Metro)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunarti, Dimas, H. K & Arifin, Z. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, volume 29 nomor 01.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press.
- Tjiptono & Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2, Yogyakarta: ANDI. Y
- Yanti, P. D. (2020). *Analisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh*. Skripsi, Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Yuliana. (2015). *Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus di miulan hijab semarang)*. Skripsi, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*

*Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri.* Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.