

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira, Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau, *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 81
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Deepublish.
- Budidaya Ikan Baung: Potensi dan Strategi Pengembangan. (2023). diakses pada 2 Mei 2024 dari [dejeefish.com](http://dejeefish.com)
- Darsana, Made dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media
- Fawzi, Marissa Graze Haque dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Gunawan, Arif. (2022). KKP Tabur 95.000 Bibit Ikan Baung dan Semah di Kampar, diakses pada 1 Mei 2024 dari [sumatra.bisnis.com](http://sumatra.bisnis.com)
- Heriyati, Pantri. (2022). *Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting dan positioning*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hidayah, Fitri Nur. Jumlah Produksi Perikanan Indonesia Dalam Satu Dekade Terakhir diakses pada 25 September 2023 dari <https://data.goodstats.id>
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan website sekolah sebagai strategi digital marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111-133.

- Ilahi, A. A. A., Arfah, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT Daya Anugrah Mandiri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 292-302.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. Produksi Perikanan Budidaya, diakses pada 2 mei 2024 dari statistik.kkp.go.id
- Nasution, Atika Aini dan Bambang Sutejo. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Nasution, Atika Aini dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Oktarini, Riri. (2022). *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Purwati, N., & Hasan, H. (2023). Analisis Adaptasi Bauran Pemasaran dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 pada Bisnis Kuliner Mr. Crab Seafood Tembalang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 15784-15794.
- Rizal, Achmad. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Romfiz, Noviar Abu. (2021). Potensi Perikanan, Konsumsi Iklan, dan Kesejahteraan Nelayan, diakses pada 1 Mei 2024 dari news.detik.com
- Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 (studi kasus pada Grandfather Coffeeshop Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(4).

Siswoyo, Sriyono dan Meutia Sistarani. *Manajemen Teknik (Untuk Praktisi dan Mahasiswa Teknik)*. Yogyakarta: Deepublish.

Surveyandini, Mayla. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*. Makassar: Nas Media Pustaka.

Wahyuni, S. E., Hasnidar, H., & Irwan, A. M. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 192-202.

Yulianti, Farida Lamsah dan Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.

