

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. AE Publishing.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Amstrong, Kotler. 2016. Jilid 1, Edisi 9. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Andriani, U., Amalia Nur Hidayati dan Muhammad Alhada Fuadilah Habib (2022) “Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Sinar Manajemen*, 286–296. Tersedia pada: <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2573>.
- Annisa Herawati. (2020). “Marketing Channel (Saluran Pemasaran): Fungsi, Jenis, dan Contohnya. Tersedia pada: <https://kledo.com/blog/marketing-channel/>.”
- Egha, H.W.H. dan Achsa, A. (2021) “Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan,” *Kinerja*, 15–23. Tersedia pada: <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7523>.
- Fakhrudin, Arif, dkk. 2022. Bauran Pemasaran. Jogjakarta: Deepublish, 5
- Indrasari, Methiana, 2019. Jilid 1, Edisi 1. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit Unitomo Press, 10-12
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson India Education Services Pvt. Ltd.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of marketing (8th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2022). *Marketing for hospitality and tourism (8th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Nizamuddin, Bambang & Muhamad Subhan, (2024). Perencanaan Dalam Ilmu Pengantar Manajemen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 106-120

- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rahayu, S. (2023) “Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, hal. 109–113. Tersedia pada: <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705>.
- Satriadi, dkk. 2021. Edisi 1. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2
- Sholikah, Ahmad, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini*. Cirebon: Insania.
- Suciana, Deyana Ayu dan Syahputra, E. (2023) “Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid,” *Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce*, 115.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi*. Andi. Jakarta
- Sukmayadi. (2019). *Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung*. Vol 10 No 2
- Tjiptono, (2017), *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ulandari, O. (2023) “Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes ‘Sumber Rejeki’ Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung,” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183–195. Tersedia pada: <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>.
- Yanti, I. dan Idayanti, D. (2022) “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju,” *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1–13.