

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Assauri, S. (1987). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi.
- Adityaji, R. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT: studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19-32.
- Arianty, N. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio Pada PT. Alfa Scorpii Sentral Yamaha. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 14(1).
- Anggaraini, N., Lussianda, E. O., Agusra, D., & Fahrozi, M. (2022). Analisis Peran Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Jasaraharja Putera. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4254-4262.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Baduara, S., & Sirait, S. M. (2014). Personal Sellingship.
- Beladja, A. N., Sasongko, T., & Novitawati, R. A. D. (2022). Analisis Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Rumah Second Malang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Cahyono, P. (2016). Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan metode swot dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(2), 10-Halaman.
- Darmadi, D., Suharyono, M. A., & Latief, W. A. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 2, N0.
- David, F. R., Creek, S. A., & David, F. R. (2019). What is the key to effective SWOT analysis, including AQCD factors. *SAM Advanced Management Journal*, 84(1), 25-32.

- Emelda, E. (2022). Analisis Strategi Bauran Promosi Kedai Kopi Nilang Dengan Pendekatan Kualitatif. *Adminika*, 8(1), 30-47.
- Effendy, A. A. (2019). Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). Teknik analisis SWOT. *Anak Hebat Indonesia*.
- Fadhillah, M. H., Solihin, S. A., & Nugrahyani, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran pada Kerta Cafe dalam Upaya Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 259-266.
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87-95.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan
- Habibi, A. (2020). Normal baru pasca COVID-19. *Adalah*, 4(1), 197-204.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.
- Kusniadji, S. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176-183.
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Hikmah Cipta Perkasajakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1).
- Kristinae, V. (2021). Analisis Customer Satisfying dan Knowledge Sharing Dalam Optimalisasi Formulasi Promotion Pemasaran Produk Lokal di Yogyakarta dan Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 402-411.

- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27-36.
- Kusen, C. R., Mangantar, M., & Ogi, I. W. (2022). Evaluasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Rica Tampurung Manado di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 154-164.
- Latief, N., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya
- Mutamimah, M., & Chasanah, S. N. Z. (2012). Analisis eksternal dan internal dalam menentukan non performing financing bank umum syariah di indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 19(1).
- Santiago Sario Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Neno, M. S. (2021). Analisi Pemanfaatan Digital Marketing Pada Rumah Makan Kahang Jaya Liliba Di Masa Pandemi Covid 19. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 2(2-Jun), 147-160.
- Nurgina, E., Nurhalimah, E. L., Aulia, F. A., Restakirana, F., Azshois, F., & Budiman, H. (2020). Analisis Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Gula Aren Di CV. Candela. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(1), 44-58.
- Pari, J. T., & Munir, N. S. (2021). Formulasi Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 457-470.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.

- Pradana, N. A. (2014). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Rown Division Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Poluan, F. M., Mandey, S., & Ogi, I. W. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D. C., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. (2020). Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana*, 1(1), 1-21.
- Reza, F. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id. *Jurnal kajian komunikasi*, 4(1), 63-74.
- Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 223- 231.
- Rusydiana, A. S., & Firmansyah, I. (2018). Strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia: pendekatan matriks IFAS EFAS. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 46-74.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot Rating dan OCAI.
- Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Ifas–Efas Pada Cv. Dinasty.
- Saprijal, M. (2014). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada s-mart swalayan pasir pengaraian). *Cano Ekonomos*, 3(1), 41- 56.
- Situmorang, R. T. (2006). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Naughty Cabang Medan.

- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor internal dan eksternal pada pengembangan usaha gula merah tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107-115.
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342-362.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Suriyok, K. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 68-74.
- Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT Dengan Matrik IFAS Dan EFAS Di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), 108-117.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Weitz, B. A., & Bradford, K. D. (1999). Personal Selling and Sales Management: A Relationship Marketing Perspective. *Journal of the academy of marketing science*, 27, 241-254.
- Wisnubroto, P., Yusuf, M., & Freitas, J. M. (2013). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dengan Pendekatan Technology Atlas Project Method. *Jurnal teknologi*, 6(2), 161-168.
- Wijayanthi, I. A. T., & Savitri, D. M. H. D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Café Haagendazs Beachwalk Kuta. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 13(1).
- Zahrah, A., Mandey, S. L., & Mangantar, M. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. *Solideo*

Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 216-226.

Zevi, I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

