

Aisyah, S. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*.

Di, E. R. A. C.-, & Rangkasbitung, K. (2021). *Strategi pengembangan usaha pada coffee shop int.space di era covid-19 di kota rangkasbitung*. 9(3), 943–953.

<https://doi.org/10.55324/josr.v1i4.89>

Mahfizah, S. P. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi*. 8.

Http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/10793%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/10793/1/SI
SKA PUTRI MAHFIZAH 2021.pdf

Mapossa, J. B. (2018). Pengembangan Usaha Pada Warung Kopi One Four di Kecamatan Tanjungpinag barat. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?Artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>

Marsheilla Aguss, R., Ameraldo, F., Reynaldi, R., & Rahmawati, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Kapasitas Manajemen Olahraga SMAN 1 RAJABASA LAMPUNG SELATAN. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 306. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2182>

Nasution, A. E. (2023). *Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Perfektif*. 6(2), 2083–2096.

Noviastuti, N. (2022). Upaya Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode Marketing Mix

- Di Pt.Mega Finance Yogyakarta. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 5(1), 30–37. <https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/nusantara>
- Rahma, T. D. (2022). *Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif*.
- Ratna Puspita Dewi, F. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushiova Cirebon*. 4(3), 781–792.
- Saidi, B. B., & Suryani, E. (2021). Evaluasi Kesesuaian Lahan Untuk Pengembangan Kopi Liberika Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur Jambi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 1–15.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2023). Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16.
- Sugiyono. (2007). BAB 3. Skripsi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sukier, H. B., Samper, M. G., Ramirez Molina, R. I., Karam, M. S., Palencia, D. B., Ibanez, N. P., & Ruiz, M. J. S. (2024). Analysis of Strategic Marketing in Small and Medium-sized Enterprises: Case of the Bakery Industry in Colombia. *Procedia Computer Science*, 231, 601–606. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.12.178>
- Tampi, E., Tawas, H., Poluan, J., Meyfrand Fransisco Tampi, E., Tawas, H. N., Poluan, J. G., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). *Analysis of Marketing Strategy in Increasing Product Sales At Pt. Suluh Jaya Abadi*. 11(3), 126–137.
- Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., Rogahang, J. J., & ... (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection. ... : *Journal Of ...*, 134–141.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/Innovative/article/view/3344%0Ahttps://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/Innovative/article/download/3344/2197>
- Widowati, M., & Andrianto, F. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 21.
- Y, D. S. A. P., & DIRECTOR:, C. R. L. R. (2013). Metode penelitian deskriptif. *Integration*

of Climate Protection and Cultural Heritage: Aspects in Policy and Development Plans. Free and Hanseatic City of Hamburg, 26(4), 1–37.

Yelvita, F. S. (2022). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT JUMLAH NASABAH PRODUK BSI TABUNGAN HAJI INDONESIA DIMASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Multiscience*, 8.5.2017, 2003–2005.

Zahra, Z. A., Yudistira, A., & Alvan, N. F. (2023). Literature Review: Peran Tujuan Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, Dan Hukum Bisnis Dalam Aktivitas Perusahaan Sebagai Organisasi Bisnis. *Jurnal Pijar*, 1(2), 266–274.