

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, N., Chandrayanti, T., & Ratu Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Motor Yamaha Mio M3 Cw Pada Cv. Tjahaja Baru Di Muara Labuh, Solok Selatan. 15(2), 1-23.
- Bambang Riyanto. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4, Yogyakarta: BPF
- Basu Swasta. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- David & Rangkuti, F. (2014). *Manajemen Strategi*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Yrama Widya
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dewi, R., Amrah, W., Azis, N., & Rahmi, N. (2020). *Economics and Digital Business Review* Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. 1(2), 138-156.
- Ghozali Imam.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam.(2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Haris, R., Mutia, A., & Ratih, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Buah Nanas di Desa Tangkit Baru Muaro Jambi. *Innovatio: Journal for Religious Innovation Studies*, 17(1), 35-44. <https://doi.org/10.30631/innovatio.v17i1.14>
- Haryanto, M., Sari, N., Muh, S., Anshar, A., & Hatta, M. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. 5(1), 222-237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Hikmah, A., Sriyanti, D., Rijal, S., Said, M. I., & Supatminingsih, T. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Yotta Milk Di Kota Makassar). *Indonesian Journal of Social Studies and Humanities*, 2(1), 12-24.
- Jaiz, Muhammad.(2014). *Dasar-dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, dan Armstrong. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Musa, B., & Rotinsulu, J. J. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam pada PT. Pandu Prima Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Naufal, M. F. (2020). Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Ova Gedong Meneng Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(1), 1-8.

- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Rangkuti, D. A. (2018). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Yamaha Scorpio Z Di Pt. Alfa Scorpii Sentral YamahaMedan. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*, 3(1).
- Rangkuti, Freddy. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratih Hurriyati. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, Henry. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Solihin, Ismail. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Erlangga
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto, Jhon. (2010). Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty.
- Syahputra, D., dan M, Yeni. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket di Kota Sekayu (Studi Kasus Pada Minimarket Dupan Sekayu). *Jurnal ekobis*. 2(4): 30-60
- Sendouw, S. N., & Soepeno, D. (2018). Promotion Strategy and Efective Distribution. *Daihatsu Manado Promotion Strategy and Efective Distribution Channels To Increase Sales Volume in Pt Astra International Tbk . Daihatsu Manado*, 6(3).

Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran.

Tresnanda, D. A., & Arifin, Z. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survei pada Konsumen Perumahan BluKid Residence Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).

Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.