

DAFTAR PUSTAKA

- (*Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk Indihome*, 2023)
- Assauri, S. (2010). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi* (Edisi revisi). Rajagrafindo Persada.
- Basriati, S., & Lestari, P. A. (2014). *Optimasi Pemasaran Produk Susu pada PT. Indomarco Adi Prima Pekanbaru Menggunakan Metode Simpleks*. 9(2), 1–8. <https://doi.org/10.24014/SITEKIN.V9I2.585>
- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja (Survey Pada Pegawai Kantor Kecamatan Sungai Raya Kab. Kubu Raya). *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(1), 79-85.
- Daryanto. (2013). *Sari kuliah manajemen pemasaran* (Vol. 2). PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, P., Molan, B., Sarwiji, B., & Lane, K. (2009). *Manajemen pemasaran* (Vol. 1). Indeks.
- Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3 (1), 65–86.
- McCarthy, E. J. (1965). E. Jerome McCarthy. *The Concept of the Marketing Mix*.
- Naufal, M. F., & Yani, D. A. (2021). Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Ova Gedong Meneng Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1).
- Nur, M. (2010). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Prestasi Pustaka.
- Nurbianto, A. T., & Christian, T. F. (2024). Marketing Strategies through Product Awareness, Service Quality and Product Quality Assurance on Consumer Purchasing Decisions. *Devotion*, 5(4), 461–470. <https://doi.org/10.59188/devotion.v5i4.712>
- Parment, A., Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing: Scandinavian edition*. Pearson Higher Ed.

- Prawirosentono, D., & Yustianti, F. (2009). *Manajemen operasi: Analisis dan studi kasus (Edisi ke-4)*. Bumi Aksara.
- Purnomo, E., Manafe, L. A., & Yanti, E. D. (n.d.). *Peningkatan Volume Penjualan Produk Otomodified Ditinjau Dari Penerapan Strategi Pemasaran: Harga, Produk, Tempat, Promosi*.
<https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.278>
- Purnomo, E., Manafe, L. A., & Yanti, E. D. (n.d.). *Peningkatan Volume Penjualan Produk Otomodified Ditinjau Dari Penerapan Strategi Pemasaran: Harga, Produk, Tempat, Promosi*.
<https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.278>
- Putriku, A. E., Saragih, L. S., B Siboro, N. S., Rizqina, M. D., & Sihombing, M. F. (2024). *Menganalisis Strategi Pemasaran Indomie (PT Indofood Sukses Makmur Tbk) Dalam Pasar Internasional*. 1(3), 60–71.
<https://doi.org/10.61132/jubid.v1i3.179>
- Rachmawati, Y. (2018). Pengaruh inflasi dan suku bunga terhadap harga saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di lq45 bursa efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 1(1), 66-79.
- Sari, Y. N. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK RINA BROWNIES JAYA DI TULANG BAWANG BARAT*. *Repository Metro Univ.*
- Sarjono, B. (2015). *Strategi pemasaran produk baru*. 11(3).
<https://doi.org/10.32497/ORBITH.V11I3.329>
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Simanjuntak, R. (2022). Pengaruh Pengembangan Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan di PT Aria Cipta Perkasa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 27(2), 63–65.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D* (Cetakan ke-29). Bandung: Alfabeta.
- Suhairi, S., Atila, C. W., Diana, D., Rahmadiyah, N., Hutagalung, R. A., & Naibaho, W. A. (2022). *Strategi pemasaran produk indomie (pt indofood sukses makmur) dalam pasar internasional*. 1(1), 135–142. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.639>
- Sulistianto, R. H., Haikal, F., Zahra, P. A., & Fitri, D. (2025). *Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli produk mi instan indomie (varian goreng original) di Jakarta Selatan*.

