

## DAFTAR PUSTAKA

- Andoko, J., & Devina, P. (2015). Analisis pengaruh marketing mix (produk, harga, promosi, lokasi) terhadap minat beli konsumen pada Guest House Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 55–69. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3467> <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/download/3467/3137>
- Aris, M. (2020). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. MITRA CAHAYA PUTRIE (Study Kasus KaPeGePe): Manajemen Pemasaran. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1–28. <https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMM/article/view/98>
- Digdowiseiso, K. (2017). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Pendidikan Indonesia* (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian).
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Febriani Hilikia Mait, Bode Lumanauw, R. S. (2022). ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM PABRIK ROTI NABILA BAKERY MANADO. *Jurnal EMBA*, 10(1), 996–1003.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Pudean di Kaluwungu)*.
- Hutapea, R. C. D. (2020). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Kota Batam*. 3(September), 1–50.
- Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 421–430. <http://publikasi.stkipgri-bkl.ac.id/index.php/ECS/article/view/8/4>
- Mustikasari. (2012). *ANALISIS MINAT KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR*.
- Ningtyas, M. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Oswari, T., Kusumawati, R. D., Yunistasari, T., & Shukla, V. K. (2019). EFFECT OF MARKETING MIX AND NATIONAL CULTURE ON CONSUMER BUYING INTENTION FOR MUSIC PRODUCTS: A CASE STUDY OF INDONESIAN AND INDIAN CONSUMERS. *Asean Marketing Journal*.
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.

- Sumarni, Nadhifah, N. I., & Susilawati. (2021). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Volume Penjualan pada Dealer Bonanza Motor. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 36–43. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- 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.