

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Bandung: Penerbit Alfabeta.

Fandy, Tjiptono. 2016. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Yogyakarta. Andi.

Hartono,Hendry. Hutomo,Karyana Dan Mayangsari,Marshelia. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap “Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Binus Business Review. Vol. 3.

Haryantini.2018.Analisis Strategi PemasaranPT.Citilink Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Saing.Jurnal Manajemen Pemasaran.Vol. 1.

Saefulloh,Arif dan Wahyuni,Ika.2011.Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Krupuk Pada UD. Subandi Rogojampi Di Kabupaten Banyuwangi.Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH.Vol. 9.

Tambun, Daulat,Holfian dan Maranatha,Grace,Euodia.2020.Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan.Jurnal Manajemen. Vol. 6.

Yowanda,Bunga,Hawa dan Mawardi,Kholid,M. 2017.Strategi Pemasaran Penerbangan Berkonsep Low Cost Carrier (LCC) Dan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada Maskapai Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Citilink).Jurnal Administrasi Bisnis.Vol. 51

Wibowo,Hendika,Dimas dan Arifin,Zainul dan Sunarti.2015.Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo).Jurnal Administrasi Bisnis.Vol 29.

Margaret, Merita.Kalangi,A,F,J Dan Tamengkel, F,Lucky. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Pada Penyedia Jasa Internet Speedy Di Kec.Taliabu Utara Kab.Pulau Taliabu Prov.Maluku Utara.Jurnal Administrasi Bisnis.Vol 8.

Irwan Sahaja. (2014). Pengertian Penjualan. (<http://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/pengertian-penjualan.html>, diakses 12 Juni 2014).

Hakim Simanjuntak. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan. (<http://pubon.blogspot.com/2013/02/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-volume.html>, diakses 22 Januari 2014).

Sondy Damanik. (2014). Pengertian dan Definisi Penjualan Menurut Para Ahli.

Danang Sunyoto. (2013). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta:

CAPS