

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arisa, N. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, IAIN Raden Intan Lampung).  
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/494>
- Ashari, O., & Mashariono, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk Frozen Food KML Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(1).  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/617>
- Astuti, M. dan N. M. (2020). *Manajemen Pemasaran: Ukm Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darilaut.id. (2021, September 28). *Tren Produksi Ikan Hias Indonesia Terus Meningkat*. Darilaut.id. <https://darilaut.id/berita/tren-produksi-ikan-hias-indonesia-terus-meningkat>
- Dwi, A. P. (2021, Januari 10). *Budidaya Ikan Hias Jadi Keuntungan di Tengah Pandemi Corona*. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/uang/budidaya-ikan-hias-jadi-keuntungan-di-tengah-pandemi-corona.html>
- Handayani, V., & Prihartono, P. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DI CV. IRWAN SHOP. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 491-496.  
<https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.435>
- Hilda, J. (2020, Agustus 17). *Permintaan Ikan Hias Meningkat Selama Pandemi Korona*. Media Indonesia.  
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/337328/permintaan-ikan-hias-meningkat-selama-pandemi-korona>
- Irawati, D. A., Safitri, H. K., & Rahmanto, A. N. (2018). IPTEK BAGI MASYARAKAT PEMBUDIDAYA IKAN HIAS AIR TAWAR

KABUPATEN TULUNGAGUNG. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8-17. <https://doi.org/10.24269/ADI.V2I1.864>

Irham, M. M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Niya Jaya Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. *SPIRIT EDUKASIA*, 1(1), 25-30. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/spiritedukasia/article/view/8638>

KKP (2020, Juli 30). Rencana Strategis Tahun 2020-2024. KKP. <https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DJPB/Renstra%202020%20-%202024/4.%20Renstra%20DJPB%202020-2024.pdf>

Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3. Jakarta: Rajawali.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th Edition)*. Pearson Education Limited.

Lesmana, I., Pamikiran, R. D. C., & Labaro, I. L. (2018). Produksi dan produktivitas hasil tangkapan kapal tuna hand line yang berpangkalan di Kelurahan Mawali, Kecamatan Lembeh Utara, Kota Bitung (Production and productivity of the tuna hand line fishing boat at Mawali Village, North Lembeh District, Bitung City). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 2(6). 205-211. <https://doi.org/10.35800/jitpt.2.6.2017.16968>

Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA VEREL BAKERY AND COFFEE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 184-190. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37678>

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda

[canarium indicum l.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Marwanto, A. 2017. *Master Sales*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Quadrant.

Mastar, S., Angkasa, M. A. Z., & Julianti, A. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS BERAS 77 DI UD. TANYA DHEFYAN DESA BARU TAHAN KECAMATAN MOYO UTARA). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 8-16. <http://www.e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jsep/article/view/584>

Muna, F. N. (2019). Pengaruh Pembelian Online Dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada 3second Yogyakarta). <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16201>

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). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23721>

Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Nugraha, W. E. (2019). STRATEGI MARKETING MIX 4P DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN BUNGA KRISAN DI SENTRA TANAMAN HIAS DESA SIDOMULYO KECAMATAN BATU KOTA BATU. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4). <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/4608/4156>

Prasadi, O. (2019). Pemanfaatan Lahan Sempit sebagai Tempat Budidaya Ikan Cupang di Mertasinga, Cilacap. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 113-123. <http://dx.doi.org/10.30651/aks.v3i2.1473>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. [10.34010/COMMON.V3I1.1950](https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950)
- Rasyid, N., & Rawi, R. D. P. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Nestle Indofood Citarasa Indonesia Di Makassar. *SENTRALISASI*, 7(2), 11-27. <https://doi.org/10.33506/sl.v7i2.146>
- Rompas, D., Tumbuan, W. J., & Sumarauw, J. S. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17356>
- Simanjuntak, M., Chandra, E., Sahir, S. H., Sitorus, S. A., Sugiarto, M., Cecep, H., ... & Sulasih, S. (2021). *Kewirausahaan: Konsep dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Soehardi, S. (2021). Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 353-360. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.341>
- Sriyanti, A. H. D., Mustari, M., Rijal, S., Said, M. I., & Supatminingsih, T. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Yotta Milk di Kota Makassar). *INSIGHT: Indonesian Journal Social Studies and Humanities*, 2(1). <https://ojs.unm.ac.id/insight/article/view/29632>
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Yogyakarta: BPFE.
- Sya'diyah, H., Hidayati, N., & Rahman, F. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Dan Dampaknya Terhadap Penjualan Pada Ud. Sari Bumi Di Kota

- Probolinggo (Studi kasus pada Pelanggan UD. Sari Bumi Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(20).  
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15880>
- Syam, S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor, Kota Makassar. *Jurnal Ekonomika*, 6(1), 131-146. <https://doi.org/10.37541/ekonomika.v6i2.709>
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Wardani, W. G. (2022). PENGARUH KENAIKAN HARGA JUAL TERHADAP TOTAL PENJUALAN KACA PADA PT MULTHI ARTHA GRAHA JAKARTA. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 198-209.  
<https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.455>
- Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.  
<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wijaya, M. H. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4). 109.  
<https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2578>
- Wijoyo, H. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161-170. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>