

Daftar Pustaka

- Adin Hakim, K., & Yayan, S. (2018). *Pemasaran farmasi*.
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2019). Relationship of 7P marketing mix and consumers' loyalty in traditional markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261. <https://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Babin, A. A., Volkov, M. V, Bai, J., & Liu, S. (2020). Analysis of swot marketing strategies and 7p influence on purchasing decision. *International Conference on Science and Technology 2019*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1569/3/032002>
- David, F. R. (2009). *Managemen Strategis; Konsep*. Jakarta: Gramedia.
- Dewi, D., Ismu, K., F., R., F. D., H., M., H., & Nofirza. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan ikan salai patin pada kelompok xyz analysis strategy marketing in an effort to increase sales salai patin fish at xyz group. 6(November), 109–120. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v512.3080>
- Irfan, Z. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada pt. Proderma sukses mandiri. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Jatmiko, R. D. (2003). *Manajemen Stratejik*. Malang: UMM Press.
- Khazzaka, M. (2019). *Pharmaceutical marketing strategies ' influence on physicians ' prescribing pattern in Lebanon : ethics , gifts , and samples*. 1–11.
- Klinger, C. P., Silveira-martins, E., & Rosetto, C. R. (2019). Strategic positioning, differentiation and performance of Brazilian wineries. *International Journal of Wine Business Research*. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-11-2018-0068>
- Kurniawan, A. H., & Setiawan, Y. (2018). *Pemasaran Farmasi*. Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Lynch. (2006). In Wibisono, *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik* (pp. 50-51). Jakarta: Erlangga
- Moh, R. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Investigación en

- estrategia de marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29.
- Novera, G., & Veneranda Rini, H. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan Penjualan di toko institut shanti bhuana*. 3(2).
- Pearce II, J. A. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekartawi. (2011). *Ilmu Usasha Tani*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen pemasaran*.
- Ramadhana, P., Zainul, M., Zulfikar, R., Manajemen, P. S., Islam, U., Muhammad, K., & Banjarmasin, A. A. (2019). *Strategi pemasaran pada PT. Ahsan Farma Medika dalam meningkatkan volume penjualan*. 4.
- RI, K. (2021). *jdih.kemkes.go.id*.
- Robby, H., & Ama, S. (2019). *Analisis strategi pemasaran pada toko future computer (Marketing strategy analysis in the future computer store)*.
- Rogahang, J. J. (n.d.). *Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada rose collection manado*. 134–141.
- Rusdiana, N., & Saputra, B. (2015). Flow of drug distribution and installation of pharmaceutical medical Devices malingping general hospital. *Agustus*, 2(1), 24.
- Rustandi Kartawinata, B., Wardhana, A., & Kartawinata, B. R. (2015). Marketing strategies and their impact on marketing performance of Indonesian ship classification society. *Article in International Journal of Science and Research*, 4(2), 69–74. <https://www.ijsr.net/archive/v4i2/SUB151008.pdf>
- Sahir, H. S. (2020). Management Analysis Journal Improve Marketing Mix for Marketing Plan Strategic in Coffeeshop Business Article Information. *Management Analysis Journal*, 9(4). <http://maj.unnes.ac.id>
- Sari, I. A., & Riniwati, H. (2015). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada pt hatni (hasil alam tani nelayan indonesia) di desa tlogosadang kecamatan paciran kabupaten lamongan jawa timur. *ECsOFIM*, 3(1).
- Stanton, W. J. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: Danang Sunyoto.
- Sudjono, S. (2011). *Relationship-based distribution system: an assessment on improving subsidized fertilizers distribution to the farmers*. 313–330.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Teuku M., S., & Jumhur. (2019). *Marketing strategy analysis of arabic coffee “kbq baburrayan” in central aceh district*. 2.
- Teunuleh, J. I. (2021). *Marketing strategy to increase sales volume tarmizi STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh*. 2(June).

- Thabit, T. H., & Raewf, M. (2018). The evaluation of marketing mix elements: A case study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4). <https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Utari, W. (2011). *Analisis strategi marketing mix PT combiphar serta pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan*. 2(2), 245–258.
- Welfin, D., Wahono, S., Sri, W., & Henky, L. (2019). *Bauran pemasaran tentang konsep apotek modern serta strategi pemasarannya*. 3(1), 1–8.
- Wira, Y., Moh. Hudi S., B., & Anisatul, F. (2018). *Analisis strategi pemasaran perumahan pada PT. Rojoland indonesia Build*. 1(1), 213–219.
- <https://farmasiindustri.com/industri/largest-pharmaceutical-companies.html>
(diakses pada 17 November 2021)
- <https://pharmaboardroom.com/facts/top-10-pharma-companies-in-indonesia/>
(diakses pada 17 November 2021)
- <https://katadata.co.id/safrezifitra/finansial/5f7c09e484bf8/industri-farmasi-di-tengah-pandemi-untung-atau-buntung> (diakses pada 20 November 2021)
- <https://itjen.kemdikbud.go.id/webnew/covid19/mengenali-obat-berdasarkan-jenisnya/> (diakses pada 22 Desember 2022)