

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Siti Verogita, Mattoasi , dan Hapsawati Taan (2023), Pencatatan Piutang pada Level Up Bistro Kota Gorontalo. JAMAK Jurnal Mahasiswa Akuntansi Volume 2 No. 3 Desember Hal. 352-358
- Ahmadi Usemahu, Syahputra (2024), Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Aplikasi Shopee di Indonesia dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi, Jurnal Administrasi Bisnis, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> 32-48
- Ayuni, D. P., & Aulia, P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Administrasi Dan Manajemen, 417
- Amri, A. M. (2022). Analisis Strategi Bisnis dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kebuli Abuya. Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 3 No. 1
- Amiruddin (2019) “ Analisis Akad Istishna Jual Beli Mebel Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Studi Kasus Di Mebel Wildan Desa Sekarmojong Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan” Skripsi Pemikiran Mustofa Ahmad Az-Zarqo Tentang Jual Beli Istishna’, 7
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 36–44.
- Anggraini, M., Mubyarto, N., Anita, E., Sy, M. E., Munsarida, D., Fil, M., Ekonomi, F., Islam, B., Sultan, U., Jambi, T. S., Ushuluddin, F., & Agama, S. (2023). Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok Jurnal Makesya Volume 3 Nomor 1
- Artika dan Feby Arma Putra, (2024) “Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan (studi kasus pada UMKM Toko Nurhidayah di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat” Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu

- Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa Volume 4 Nomor 2 Juli 2024, 369
- Astro, dan Ghazali (2022). *The Use of Marketing Mix and Business Model Canvas to Improve Sales Performance in MSME (Case Study: Waroeng 17)*. *International Journal of Current Science Research and Review*, 05(04). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V5-i4-56>
- Asyhari. Dan Sitty Yuwalliatin (2021). *The Influence of Green Marketing Strategy on Purchasing Decision with Mediation Role of Brand Image*. *Journal of Applied Management (JAM)*, 19(3), 535–546. <https://doi.org/10.21776/ub.jam>
- Ayu, Widia Resti (2020) “Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko bag corner ponorogo” Skripsi pada FEB IAINP Dipenogoro
- Belyh, A. And L. M. (2024). “*Marketing Mix Definition (4Ps, 7Ps, 4Cs, 7Cs): How to Calibrate Product, Price, Promotion, and Place for Maximum Business Profits*”. November 11 [Online] [08 Oktober 2024] Founderjar.Com.
- Bennett & Rundle-Thiele, S. 2002. A comparison of attitudinal loyalty measurement approaches. *The Journal of Brand Management* 9(3): 193-209
- Bima, Deby Ardea, Egha Putra Pramana, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis Keunggulan Bersaing Pada Kinerja Penjualan PT. Abdillah Sukses Bersama. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(2), 70–78. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i2.157>
- Bondarenko, V., & Vyshnivska, B. (2023). *Promotional Marketing as a Method of Increasing Sales*. *Three Seas Economic Journal, Three Seas Economic Journal* 4(2), 21–28. <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2023-2-3>
- Cannon Joseph P., Perreault, William D., McCarthy E., Jerome (2008) “Pemasaran Dasar buku 1 Pendekatan manajerial global” (1st ed)
- Choirunnisa, C., Broto, B. E., & Siregar, N. A. (2022). “*The Effect of Social Media, Worth of Mouth, Brand Image on Increasing Home Sales of the Tempe Industry*”. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(5), 757–764. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1038>
- Dwiaryanti, R., & Fahroni, A. (2024). *The Impact of Brand Image on Boosting Sales of “MS Glow” Skincare in Pamekasan (Multifinance: Jurnal Ekonomi,*

Ernitasari (2016) “Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Penjualan pada PT. Jaya Beton Persada Kelurahan Kandang Kota Bengkulu” Skripsi FEB IAIN Bengkulu

Fahrial Rakhmad, F., & Dwi Susanti, E. (2024). “Optimalisasi Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning dalam Meningkatkan Penjualan pada Mie Kirin Loe Gresik”. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, 3139.

Faisal Reza (2020) “Strategi Bauran Pemasaran dalam Mengokohkan Citra Merek (Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota Bandung)” *ArtComm – Jurnal Komunikasi dan Desain* (Vol 3, No 1)

Faisal Tanjung, A. (2023). Optimalisasi E-Service Quality dalam Meningkatkan Penjualan Produk Sertifikasi pada PT Adhikriya Kualita Utama Skripsi ISA Semarang

Genoveva dan Berliana Wulan, (2021) “ Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Brand Image Produk Tupperware” *Journal Of Management and Business Review*, Volume 18 Nomor 1, 60-76

Hasibuan Rahman, (2023) “Pengantar Bisnis” . Yogyakarta: CV. Absolute media, Hal. 72

Hossain, M. S., Anthony, J. F., Beg, M. N. A., & Zayed, N. M. (2020). Affirmative Strategic

Association of Brand Image, Brand Loyalty and Brand Equity: A Conclusive Perceptual

Confirmation of the Top Management. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(2).

Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya” *PARETO : Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.

Indra, Ihsyan, Erwinda. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion Di E-commerce Tiktok Shop. *Journal of*

- Sustainability and Science Economics*, 2(1), 50–60.
<https://doi.org/10.62337/jsse.v2i1.15>
- Indrasari Meithiana (2019) “Pemasaran dan kepuasan pelanggan” (1st ed) Jawa Timur Indonesia 2
- Irkha Fitriana dan Sri Eka Astutiningsih (2022) “*Implementation of 9P Marketing Mix Strategy in Order to Increase Sales Volume in Abdul Ghoffar Rejotangan Tulungagung's Koi Fish Farming Business*” *Ilomata International Journal of Management* (Vol 3, Issue 2) 203-221
- Ismiyati Sri, Syarifuddin, Siti Nurwahidah, Ieke Wulan Ayu. (2024) “Pemanfaatan Teknologi dan Informasi untuk meningkatkan kinerja penjualan pada UMKM Yeya Food & Beverage Sumbawa Besar” *Jurnal Riset Kajian Teknologi & Lingkungan* (Vol 7, Issue 1) 181 <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jrktl>
- Italia dan Islamuddin (2020) “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia” *Jurnal Manajemen Modal Insanni dan Bisnis* (Vol 2, No 1)
- Jeswani, K. (2021). “*Impact of Brand on Sales Performance.*” *Journal business school of new dehli* <https://ssrn.com/abstract=3911070>
- Khairumi, dkk., (2025) “*Strengthening Sales Through Brand Image and Product Quality: An Epirical Study at UD. UMEGA Roti Kacang Hj. Eliya Lubis*” *Journal of Business Integration Competitive*, Volume 1 Issue 2, 55-56
- Kurniawan A. (2020) Strategi pemasaran: Logika pemasaran dan pencapaian sasaran. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis*, 11 (3) 90-105
- Kurniawan, E., Maharani, D.,(2021). Sosialisasi Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPSTM>
- Lestari Retno C. P. Dan Juniarti Rosa P., (2020) “Studi Kinerja Pemasaran *Edel Cacao*: Peran Kualitas Produk dan Harga” *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*, Volume 8 Nomor 3 768

- Liubana, A., Kowey, W. O., Alfonso, P. V, & Putra, W. P. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion di E-commerce Shopee. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 04).
- Mabrulifandi Setyowati, T. Dan Nursaidah (2024). *Increased Sales of Ventala Shoes: Impact of Advertising, Brand Image, and Celebrity Endorser on FEB Unmuh Jember Students Dynamic Management Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i2>
- Manik, M. Rikwan E. S., 2019 “Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kinerja Penjualan Usaha Kecil Kota Medan “ 918
- Martono, A., Ferdiansyah, F., Septiani, D., & Yuwono, A. S. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Nasi Kebuli Instan Henayu Foods Khususnya di Masa Pandemi COVID-19, *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(1), 25–44. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i1.9322>
- Ma Y., Pu L., Wang G. (2021) “*A Business Analysis for the Taier Company Based on STP model and market forecasting*” *Advances in Economics, Business and Management Research*, (Vol 203) 1284
- Miftahul Jannah Asira , Tineke Wolok , Djoko Lesmana Radji (2024) “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Di Toko Gudang 27 “ *Jurnal Ilmiah Menejemen dan Bisnis* (Vol 7, No 1)
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju “ *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol 1, No 1, 2656–6265.
- Natalia Rizka, (2021) “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Image* BSI KC Kediri” Skripsi Jurusan Pebankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri Ponogoro
- Ni Kadek Ayu Saraswati, Ni Ketut Bagiastut, Ida Ayu Elistyawati, dan Made Sudiarta (2020)” *Menu engineering on Main Course to Increase Sales*”*International Journal of Glocal Tourism* (Vol 1, No 1)
- Nopaldi, Rio & Narundana, Vonny Tiara. (2024). *Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales at Siger Roemah Batik Lampung. International Journal of*

- Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(4), 1195–1204. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i4.305>
- Oksyania Werry, dan Nurwulandari Andini, (2024) “ *The Effect of Price, Promotion, and Service Quality on Decision at Warga Villa Umalas, Bali, through Brand Image*” ICBMASE 2023 International Conference on Business, Management, Accounting and Sustainable Economy https://doi.org/10.2991/978-94-6463-394-8_2
- Patrakomala (2023) “Laporan akhir strategi rencana aksi *creative based urban tourism* Kota Bandung” [Online] <https://patrakomala.disbudpar.bandung.go.id/id> [08 Oktober 2024]
- Patwayati and Yusuf (2023) “*Implementation of Marketing Mix Strategy in Increasing Cashew Sales. International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*”, 234–238. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijsms-v6i3p122>
- Pertiwi, Pawenang, Hadi A., (2020) “ Kajian pengaruh psikologis, sosial, dan promosi terhadap keputusan pembelian donat brownies (DONIES) Solo di Surakarta” Solichul HAB/ Edunomika (Vol. 4, No. 1)
- Philip dan Armstrong (2019) “ *principles of Marketing*” Jakarta: Erlangga (14th ed)(1)
- Pradita Sylvia Okta, dan Sitio Arifin (2020) “ *The impact of brand image and service quality on buying decision and its implication on consumer satisfaction (case studi at PT IMI)*” *Dinasti International Journal of Digital Business Management* (Vol, No 3)
- Putri (2023). *Loyalitas Pelanggan (Studi pada Gerai KFC Naughty by Nature di Senopati Jakarta Selatan)* (Proposal Skripsi) Jakarta selatan
- Prasetio Adhi, Rahmana Deimas Aulia, Sarya Fetty Poerwita, Rina D. Pasaribua and Sutjipto Moh. Riza (2022) “ *The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response*” *International Journal of Data and Network Science* 6 (2022). 1195–1200 www.GrowingScience.com/ijds

- PT Bursa Efek Indonesia [Online] “PT Wahana Inti Makmur Tbk Laporan Posisi Keuangan 31 Desember 2024”
https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202403/20250330113604-51480-0/NASI%202024.pdf [01 Juli 2025]
- Ramadani, S. P., Mirzanti, I. R., & Sjarif, R. S. (2023). *Proposed Marketing Strategy to Increase Sales (Study Case: Ouromatica Fragrance). International Journal of Current Science Research and Review*, 06(07).
<https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i7-25>
- Reza, F. (2020). Strategi Bauran Pemasaran dalam Mengokohkan Citra Merek (Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota Bandung) ArtComm – Jurnal Komunikasi dan Desain, Volume 03 No.1
- Rosady, Christhoper Kelvianto (2022) “Strategi membangun citra merek dalam meningkatkan penjualan record label haum entertainment” *Undergraduate thesis* UPN VETERAN JAWA TIMUR.
- Rosyida Afnain, Heryani Tian, Fuadi Irfan, dan Dinia Halifa (2020) “*Strategy Segmenting, Targeting, Positioning, dan Positioning : study on PT Sidomuncul*” *Journal of Islamic Economic Scholar* (Vol 1, No 2) 99
- Royani, M. A. U. R., & Prapanca, D. (2022). *Effect of Product Quality, Promotion, Brand Image on Sales Increase. Indonesian Journal of Innovation Studies*, 20.
<https://doi.org/10.21070/ijins.v20i.690>
- Saleh Sope (2023). *Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100.
<https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.56>
- Salsabiila, T., Syahputra. (2023). *The Role of Communication and Marketing Strategy in Realizing the Educational Mission. Business Journal: Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 09(02), 116–128.
- Salsabilah Adella Rania (2022) “Pengaruh *Marketing Mix* dengan mediasi *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk Pizza Hut saat Pandemi COVID-

- 19 di Kota Malang” Skripsi Fakultas Pertanian, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Malang
- Siti Aisyah Putri Payung (2020). “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar Ditinjau dari Ekonomi Syariah.” Skripsi INSSKR (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Sinta Purnamasari (2015) “Brand Image sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur” Skripsi Fakultas Ekonomi UNS
- Setyowati, A., Djawoto, & Soekotjo, H. (2020). *Effect of Service Marketing Mix on Hospital Selection Mediated with Brand Image on Hospital's Peer Reviewed-International Journal*, 4 *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Sudaryanto, S., Hanim, A. (2022). Penerapan Kombinasi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) dan Strategi Digital Promotion guna Meningkatkan Brand Image Jasa Kos Muslimah Vidini (Implementation of Segmenting, Targeting, Positioning (STP) and Digital Promotion Strategy to Improve the Brand Image of Boarding House *Vidini*) e-Prosiding Kolokium Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Periode 2 <https://berita.99.co/usaha-rumah-kost/>
- Soeparso, Wahyoedi, Santoso. (n.d.-a). *The Role Of Brand Image In Mediating Service Quality And Promotion Towards Decisions To Buy Car On Credit In The Covid-19 Period (Study Case At Pt Maybank Indonesia Finance Dki Jakarta And Tangerang Branch)*. *International Journal Of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Stockopedia *Sales Growth TTM* [Online] <https://www.stockopedia.com/> [01 Juli 2025]
- Sugiyono (2020) “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D” (2nd ed) Yogyakarta

Sugiat Maria & Herwany Aldrin, 2022 *Innovative marketing of emerging moslem fashion in the province of west Java Indonesia Volume 15 Number 5, July 2020: 165-173* *Journal of Sustainability Science and Management* .

Sumartini, Lilis Cucu dan Tias, Dini Fajriany Ardining (2019) “Analisis Kepuasan Konsumen untuk meningkatkan volume penjualan Kedai Kopi Kala Senja” JURNAL E-BIS (Vol 3, No. 2) 111

Sumarni dan Supiharto (2018) “Pengantar Bisns : (dasar- dasar ekonomi perusahaan) Yogyakarta (6th ed)

Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2010 (1st ed)

Suparwi, Bayu Tri Cahya (2019) Implementasi Teori Michael Porter Strategic dalam Meningkatkan Penjualan di Kawasan Wisata Kuliner di Kabupaten Pati. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman (Vol. 7 No.1) <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Almasharif/article/viewFile/1625/1377>

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Konsumen sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia) Journal of BUSINESS STUDIES (Vol.4 No. 1) <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta> 44

Syahputra. (2018). *Impact of Sales Management Control Strategy on Sales Performance in Life Insurance Sector. Social and Humaniora Research Symposium. Social and Humaniora Research Symposium, SoRes, MPRA Paper No. 92764, <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92764/>*

Syahputra (2017) “Sales organization effectiveness in Indonesia life insurance industry: moderating role of salesforce automation” Thesis Doctor Of Philosophy Universitas Utara Malaysia 50-67

Tom Minsel, 2025 “Sample Size: The Requirements for a Reliable Study” <https://www.troneresearch.com/blog/sample-size-requirements-reliable-study> [03 Juni 2025]

Tjiptono (2019) “Pemasaran Jasa Edisi Terbaru” Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono dan Chandra (2020) “Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika” Yogyakarta: (4th ed)

- Vivaldy, E., J Ogi, I. W., A Lintong, D. C., Vivaldy, E., J Ogi, I. W., Ch Lintong, (2023). *Elfando Bersaudara Sentosa in North Minahasa. 11 Jurnal EMBA Vol. 11 No. 1*, 866–872.
- Wardhana Aditya, Kartawinata Budi Rustandi, dan Syahputra (2015) “Metode Riset Bisnis” (1st ed) Bandung
- White, Randy (2011) “*The truth about restaurant failure ratea*” [Online] <https://www.whitehutchinson.com/blog/2011/02/the-truth-about-restaurant-failure-rates/> [08 Oktober 2024]
- Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java, *Jurnal Komunikasi Nusantara* (Vol. 3, No. 2).
- Wiyanti, dkk., (2025) “Pengaruh Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioing dalam meningkatkan Penjualan di Mutia Kaos Banjaran” *Ebisnis Manajemen* Volume 3 Nomor 1, 39
- Yudha Jerry Prima (2018). *Penilaian Kualitas Pelayanan Restoran Jepang di Bandung dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi Undergraduate Program School of Business and Management Institut Teknologi Bandung July 20th, 2018*
- Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>
- Yusa Muhammad, Coastera Funny Farady, dan Andreswari Desi (2023) “ Upaya Peningkatan Transaksi Penjualan melalui Teknik promosi *stories* untuk meningkatkan penjualan UMKM XYZ” *Jurnal SOLMA*, 12 (3), pp. 1635-1642