

## Daftar Pustaka

- [1] Makmur & Saprijal, “STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian),” *J. Ilm. Cano Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 41–56, 2015.
- [2] U. Sam and R. Manado, “BAURAN PEMASARAN ( MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO Oleh: Christian A.D Selang,” vol. 1, no. 3, pp. 71–80.
- [3] G. Sianturi and L. A. Fuad, “Perancangan Konseptual Produk Rangka Dan Stang Sepeda Anak-Anak Hemat Penyimpanan,” *Ina. J. Ind. Qual. Eng.*, vol. 6, no. 2, pp. 117–122, 1970, doi: 10.34010/iqe.v6i2.1480.
- [4] B. R. Tanama, “Manajemen pemasaran,” 2017.
- [5] M. L. Hedynata and W. E. D. Radianto, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack,” *Manaj. dan Start-up Bisnis*, vol. 1, no. April, pp. 1–10, 2016.
- [6] Alfiyandi and L. O. Syarfan, “Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru,” *J. Valuta*, vol. 2, no. 1, pp. 54–65, 2016, [Online]. Available: <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1141>.
- [7] R. Tasruddin, “Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif,” *Strateg. promosi periklanan yang Ef.*, vol. 2, no. Desember, pp. 107–116, 2015.
- [8] D. Untari and D. I. Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik),” *Widya Cipta - J. Sekr. Dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 271–278, 2018, doi: 10.31294/WIDYACIPTA.V2I2.4387.
- [9] Tim dosen Teknik Industri UNIKOM, *Pengenalan Teknik Industri*. Rekayasa Sains, 2014.
- [10] H. Henny, A. Jaelani, H. Haryanto, and I. Andriana, “Design for Human Safety and Health in Manufacturing System,” *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 879, p. 012178, 2020, doi: 10.1088/1757-899x/879/1/012178.