

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., Khaswarina, S., & Kusumawaty, Y. (2022). Peran nilai pelanggan dalam memediasi hubungan strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada petani karet. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 5(1), 240. <https://doi.org/10.52434/mja.v5i1.1824>
- Marhaeni, N. P., & Anindita, N. E. (2024). Mengukur kualitas pelayanan tenaga penjualan: Studi pada sebuah perusahaan distributor sandal karet di Surabaya. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(1), 59–68. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6392>
- Nari, A. (2021). Peran sales dalam membangun pelayanan prima terhadap customer pada PT Garuda Teknik Indonesia. *International Proceeding on Entrepreneurship (IPE)*, 1(1). <https://doi.org/10.32493/ipe.v1i1.9687>
- Dharma, A. M., Rifai, A., & Maharani, E. (2019). Analisis kinerja pasar karet (Hevea brasiliensis) di Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.31849/agr.v21i1.2852>
- M., J. P., Irda, I., & Purbo, J. (2020). Pengaruh manajemen relasi pelanggan, nilai pelanggan dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Kota Padang. [Nama jurnal tidak tersedia].
- Moh., T., & A., M. (2020). Kemandirian petani dalam proses pemasaran hasil tanaman karet di Desa Gunung Bungsu Kabupaten Kampar. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 9(1). <https://doi.org/10.51852/-V9I1.321>
- Nugraha, I. S., & Bidarti, A. (2022). Pengembangan sumber daya manusia dan prospek unit pengolahan dan pemasaran bokar (UPPB) menuju era baru. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 19(1), 23–29. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.49391>
- Huda, W., Khaswarina, S., & Kusumawaty, Y. (2022). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kinerja pemasaran pada petani karet rakyat di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 141. <https://doi.org/10.33512/jat.v15i1.15448>

- Mutmainah, M., & Akbar, D. A. (2020). Perancangan perbaikan sistem informasi pada proses pembuatan penawaran suku cadang divisi service menggunakan metode analisi PIECES dan pendekatan terstruktur (Studi kasus: PT. JK). *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 7(2), 133–142. <https://doi.org/10.24853/JISI.7.2.133-142>
- Aulia, R., Rizki, V. D., Falahi, A., Yuliana, Y., & Lubis, T. (2024). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di percetakan CV Citra Kota Medan: Hasil kegiatan kuliah kerja manajemen mahasiswa Universitas Muslim Nusantara Medan. *Darma Diksani: Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 4(1), 69–77. <https://doi.org/10.29303/darmadiksani.v4i1.4967>
- Priangga, F., Suardy, W., & Noor, T. D. F. S. (2022). Tinjauan atas peranan sales promotion pada PT. Ruang Abadi Properti Indo. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 75–82. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1356>
- Tobing, W. T. M. L. (2022). Upaya tenaga penjual memanfaatkan jejaring pelanggan untuk meningkatkan kinerja penjualan (Salespeople efforts to use the customer network co-utilization to improve sales performance). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis (JIMEB)*, 1(1), 9–27. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i1.253>