

## DAFTAR REFERENSI

- Afif, M., & Krisdianto, S. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi Di Jombang. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 59–73.  
<http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(02), 38–56.  
<https://doi.org/10.36406/jemi.v27i01.152>
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Raja Grafindo Persada.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Fathurohman, F., & Safitri, L. S. (2022). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*; (1st ed.). POLSUB PRESS.
- Fauzi, A., Zakia, A., Putra, B. A., Bagaskoro, D. S., Pangestu, R. N., & Wijaya, S. (2022). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Dampak Persediaan Barang Dalam Proses Terhadap Perhitungan Biaya Proses: Persediaan Barang Perusahaan, Kalkulasi Biaya Pesanan dan Pemakaian Bahan Baku ( Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik (JIHHP)*, 02(03), 253–266.  
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i3>
- Fitrotin, R. R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi Kasus di Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 09(03), 1492–1500.

- Fuzan, A., Wulandari, H. K., Subagja, H., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual terhadap Volume Penjualan pada Yamaha Agung Motor Brebes. *Journal Of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), 74–84. <http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jacfin>
- Handayani, P. A., & Musa, M. I. (2023). The Effect of Marketing Mix on Sales Volume of Suzuki Ertiga Cars at PT. Megahputra Sejahtera Pettarani Makassar Branch. *Economic and Business Journal (ECBIS)*, 01(02). <https://ecbis.net/index.php/go/index>
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)* (01 ed.). Pascal Books.
- Hartini, I. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Motor Yamaha Mio Soul Pada PT. Thamrin Brathers Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 321–328. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Hendryadi, & Purnamasari, D. (2018). Model Hubungan Citra Merek, Perpsepsi Kualitas, Harga dan Intensi Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(01), 10–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.36406/jemi.v27i01.156>
- Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2014). *Operations and Supply Chain Management* (14th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Jamaluddin, N. F. B., & Esa, S. A. (2020). Effect of Price on Sales Volume. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 02(02), 1–3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Miarso, J., & Irwadi. (2023). Pengaruh Periklanan Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan CV. ACR Diesel. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 04(02), 1123–1131. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

- Pangestu, D., Kurniawati, N. S. E., & Ardana, I. M. D. W. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan Mobil Daihatsu pada PT. Kharisma Sentosa Daihatsu di Denpasar. *Jurnal Vokasi (JAKADIKSI)*, 01(02), 65–72. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index>
- Putri, A. G. P., Lilianti, E., & Putra, P. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Volume Penjualan pada Perusahaan Subsektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 14(02), 187–197. <http://journal.maranatha.edu>
- Samsu. (2021). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Rusmini, Ed.; 2nd ed.). Pusaka.
- Sonani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Kendaraan Merek Toyota. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(03), 154–160. <https://jurnal.uniga.ac.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Alfa Beta Bandung.
- Sumarni, Nadhifah, N. I., & Susilawati. (2021). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Volume Penjualan pada Dealer Bonanza Motor. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 09(01), 36–43. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Sutejo, B., Rinaldi, M., & Monica. (2023). Peningkatan Volume Penjualan Dilihat dari Sisi Persediaan dan Kualitas Produk. *Journal Niagawan*, 12(01), 51–56.
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019). *Manajemen Operasi* (01 ed.). UM Jakarta Press.