

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Krisdianto, K. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi di Jombang. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.64>
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Calvin, J. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Call Me Bro. *Performa*, 6(4), 321–330. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2554>
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). 2) 1,2. *Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur Di JEMBER*, 2(1).
- Dawam, N. (2019). *Peran Digital Learning Dan Action Learning Melalui Coaching Terhadap Kinerja Pegawai UKM (Usaha Kecil Menengah) Provinsi DKI Jakarta Di Era Industri 4.0*. 130.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. 2(3), 1214–1224.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Fitriyani, E., & Siahaan, M. (2020). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Metode EOQ pada PT Sigma Indonesia MFG. *Judicious*, 1(2), 102–106. <https://doi.org/10.37010/jdc.v1i2.141>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Hatta, I. H., Rachbini, W., & Parenrengi, S. (2018). Analysis of product innovation, product quality, promotion, and price, and purchase decisions. *South East Asia Journal of Contemporary Business*, 16(5), 183–189.
- Herlambang, F. P. P., Yusnita, R. T., & Arisman, A. (2022). Influence Of Product Quality, Product Design And Promotion On Purchasing Decisions. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 921–926. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.950>
- Kusumawati, Y., Samari, & Purnomo, H. (2021). Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Pada Ud Jawa Mandiri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6 (1), 97–108. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/926>

- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia. *Jurnal Martua, VOL. 3 NO.(1)*, 17. <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Octaviani, R. N., & Siahaan, M. (n.d.). *Pengaruh Quality Of Work Life Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan*.
- Putra, R. A., & Siahaan, M. (2022). The Influence of Brand Ambassadors, Trust and Advertising on Purchase Decisions on E-commerce Tokopedia (Case Study on Tokopedia E-commerce Users at the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta). *Jurnal Pendidikan Intelektium*, 3(2), 158–172. <https://journal.neoelectura.com/index.php/intelektium/article/view/860/722>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares path modeling: Basic concepts, methodological issues and applications. *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications, November*, 1–414. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3>
- Siahaan, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. XYZ Tours & Travel”. *Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1), 32–39. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/189>
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions at Shopee. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268. <https://ije3.esc-id.org/index.php/home/article/view/35>

- Siahaan, M., & Muhidin, A. T. (2020). Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Persediaan Barang Jadi Pada PT. Denso Manufacturing Indonesia. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 558–568.  
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i4.159>
- Soehardi. (2021). Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui. *LPMP Imperium*, 4(2), 353–360. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.341>
- Sugiyono. (2017). *Desain Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tribowo, E., & Jumiatun. (2018). *PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN*. 3(1), 47–58.
- Trisna, P. D. (2022). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk AI Futuh Fashion di Tasikmalaya. *Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3711–3715.
- Wardhani, R. K. (2017). *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*. 6 No.2(2017), 112–134.
- Widiarto, T., & Hardiana, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan ARB Bakery di Kelurahan Sukmajaya. *Sosio E-Kons*, 13(3), 175.  
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v13i3.10107>
- Wijaya, A., Wijaya, B., & Carlos, J. (2020). The Antecedants of Employee Loyalty in Family Business From Millenial Perspectives. *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(2), 70–77.