

DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, N. F. (2017). Pengaruh Harga Dan Penetapan Harga. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anindya, I., Ekonomi, F., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2020). *PENGARUH / HARGA ,/ KUALITAS / PRODUK ,/ KUALITAS / PELAYANAN , TERHADAP / KEPUTUSAN / PEMBELIAN / PADA “ SAMI REMEN ” Ressa Anindya IQTISHADEquity*. 2(2).
- Chaniago, H. (2020). Available at <https://ijabo.a3i.or.id>. 1(2), 59–69.
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari. *Emba*, 8(3), 44–53.
- Devi, H. (2020). *THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY PT DYANTARA CIPTA PERSADA IN BANDUNG IN 2020*. 6(2), 2818–2829.
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2021). *Management Analysis Journal*. 1(2), 120–128.
- Di, E., & Urban, K. (2023). *Optimalisasi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada kendaraan roda empat di kota urban*. 6(1), 74–84.
- Evan, H., & Christian, S. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Buono Pulp Di Surabaya. *Performa*, 4(3), 446–456.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i3.1658>
- Ii, B. A. B., & Distribusi, A. S. (2017). *Tjiptonoc chandra andriana 2008*. 8–33.
- Irham, M. M., & Prastya, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing

Mix) terhadap Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Niya Jaya Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus Penjualan Toko Niya Jaya Tahun 2019-2021. *Jurnal Spirit Edukasia*, 1(1), 25–26.

Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2019). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 421–430. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4006>

Mandey, J. B. (2018). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Pelayanan, P. K., Dan, H., Pelanggan, N., Q, N. L., & Suryoko, S. (2018). *TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA SERVIS BENGKEL AHASS 0002 SEMARANG HONDA CENTER Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Honda ” (Studi Kasus Pada Pelanggan.*

Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.

Putra, F. D. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>

- Strategi, P., Dan, P., Layanan, K., & Kepuasan, T. (2020). *THE IMPACT OF PROMOTION STRATEGY AND QUALITY OF SERVICE TO SATISFACTION OF HEALTH*. 4(2), 121–132.
- Sunarko, D., & Pakaja, F. (2019). Study Decision Tree/Pohon Keputusan Sebagai Sebuah Alat Bantu Pendukung Sistem Dalam Proses Pengambilan Keputusan Penjualan Pada CV. Khan Setia Utama, Pondok Cabe-Depok. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 3(2), 51–69.
- Suweta, N. M. N. P. D., & Dewi, M. R. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, dan Pertumbuhan Aktiva terhadap Struktur Modal. *None*, 5(8), 254359.
- Tambajong, G. (2018). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1291–1301.