

DAFTAR PUSTAKA

- Alviah, S., & Firmansyah, A. (2018). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MINIMARKET KOPKAR PRIMAVERA PT INDO AMERICAN CERAMICS (Studi Kasus Pada Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics). *Kajian Dan Riset Manajemen Profesional*, 3(2), 29–42.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., Tanjung, R., & Wahrudin, U. (2020). PENGARUH PENJUALAN PERSONAL DAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Survey Pada Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota Bandung). *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 232–241. <https://doi.org/10.33369/insight.15.2.232-241>
- Aulia. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada P.T. Matramas Motor Alauddin Makassar. *Jurnal Economix*, 7(X), 108–118.
- Bangalino, G. F. A., Nurwidiyanto, N., & Bopeng, L. S. (2019). PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT, TECHNOLOGY DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI (Studi Kasus Pegawai Kantor Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Manokwari). *Cakrawala Management Business Journal*, 2(1), 292. <https://doi.org/10.30862/cm-bj.v2i1.20>
- Chandra, T., -, P., & Hakim, L. (2019). The Influence of Location, Products, Promotions, Services with Respect to Consumer Behavior (Studies in the Indo March Raya Darmo Surabaya). *Review of European Studies*, 7(12). <https://doi.org/10.5539/res.v7n12p48>
- Dewi, F. M., Sulivyo, L., & Listiawati. (2022). Influence of Consumer Behavior and Marketing Mix on Sales. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(2), 151–157. <https://doi.org/10.33050/atm.v6i2.1737>
- Dewi, N., & Agustina, M. D. P. (2022). Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Human Relation Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Balai Pelestarian Cagar Budaya Bali Di Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen ...*, 2(2), 516–527. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1855%0Ahttps://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/1855/1139>
- Elvera, & Astarina, Y. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan “Kimi Collection” Kota Pagar Alam. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 47–56.
- Faisal. (2019). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN SINGAPORE DI KOTA MAKASSAR*. 3(1), 90–107.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Firdaus, R., Pasrizal, H., & Elsy, Y. (2021). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENJUALAN (Studi Kasus: Bisnis Tenun Songket Pandai Sikek). *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 48–62. <https://doi.org/10.31958/mabis.v1i1.3084>
- Firmansyah. (2018). pengaruh word of mouth (wom) dan brand image terhadap

- keputusan pembelian smartphone oppo. *Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iais Syzrifudin Lumajang)*, 1(1), 133–142.
- Fransiska Ekobelawati. (2018). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 3(2), 20–23. <https://doi.org/10.54526/jes.v3i2.4>
- Gisela. (2018). PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA KANGAROO MOTOR MANDIRI. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf https://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf [https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607 -Bitkom-KPM](https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom-KPM)
- Guru, P., & Guru, K. (2020). *PENGEMBANGAN SIKAP PROFESIONALISME GURU MELALUI KINERJA GURU PADA SATUAN PENDIDIKAN MTS NEGERI 1 SERANG AEP SAEPUL ANWAR Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Alhikmah Jakarta*. 2(1), 147–171.
- Hadi, A. S. (2021). The influence of product attribute, promotion mix, distribution channel, and price toward sales on iPhone. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 95–104. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art2>
- Halim, N. R., Iskandar, D. A., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2019). *TERHADAP MINAT BELI*. 4(3), 415–424.
- Haque, M. G. (2020). The Effect of Digital Marketing and Media Promotion Utilization to a Bakpia Patok Yogyakarta SMES' Sales Performance. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 10(1), 233. <https://doi.org/10.26858/jiap.v10i1.14336>
- Haryantini, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3604>
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.364>
- Huwaida, H., Imelda, S., Studi, P., Informatika, M., Banjarmasin, P. N., Studi, P., Bisnis, A., & Negeri, P. (2022). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Program Studi Manajemen Informatika , Politeknik Negeri Banjarmasin*. 22(2), 131–140.
- Indra, I., Ananta, W., Pratiwi, A., & Putra, Y. D. (2022). *Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan*. 4(4), 711–716. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i4.11704>
- Ismanto. (2022). *THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON SALE*. 11, 200–210.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). The Influence of Marketing Mix On Sales. *Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*,

- 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Khairawati, S., Arganingtyas, N., Sasono, H., & Wijiharta, W. (2021). Dampak Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan: Sebuah Pendekatan Manajemen Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 612–620. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2481>
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>
- Labanu, Y., Sumampouw, H., & Tamengkel, L. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Sigrta Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 269338.
- Lq, L., Lv, F., Lpsruwdqw, D. Y. H. U., Lq, I., & Dfwlylwlhv, P. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23. https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1594
- Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada. *Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 130–136.
- Maitsa, S. M., & Artadita, S. (2022). The Effect of Sales Promotion towards Sales with Lifestyle as an Intervening Variable during the Covid-19 Pandemic. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 240–248. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1797>
- MASRUROH, D., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember Tahun 2018-2018. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 49. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10679>
- Maulana. (2022). PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN CELANA DI CUKES STORE MAKASSAR. In *7787* (Issue 8.5.2017).
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Novita.S. (2020). Pengaruh Knowledge Management Terhadap. *ペインクリニック学会治療指針 2*, 5415, 199–220. <http://repository.unigal.ac.id/handle/123456789/489>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Purwanti, A. A. (2019). PENGARUH LIFE STYLE, KUALITAS PRODUK

- DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Astri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Puspita, R. D., Suwandari, L., Prihdiyanti, A. S., Soedirman, U. J., Soedirman, U. J., & Soedirman, U. J. (2022). *the Effect of Marketing Mix Strategy Towards Sales of Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) in Desa Kedondong , Kecamatan Sokaraja , Kabupaten Banyumas*. 736–748.
- Rizan, M., Rahmi, & Elba, I. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Penjualan dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1–24.
- Rohana, T. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Teknobuga*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.1529/jtbb.v1i1.6404>
- Rommy, A. S. N., Moh, N. B. H. H., & Nur, A. R. Y. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Rosmaniar. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda di Kota Surabaya*. XII(2), 28–34.
- Sari, M. P., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 2(1), 1–8. <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/510>
- Setiawan, H., Baihaqi, M. I., & Beben, I. (2022). Dampak Kecerdasan Intelektual Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 156–172. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.5253>
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2019). Pengaruh Marketing Mix terhadap Penjualan Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–8.
- Setiyowati, H. & Kurniawan, B. (2021). PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN GARMEN Harlis. *JURNAL BRITISH Volume 1, No 2, Mei 2021; Pp. 37–48*, 1(1), 32–49.
- Sitompul, S. S. (2019). model analisis pengaruh cita merek dan harga terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Suardika, I. K., & Sari Dewi, M. (2021). The Influence of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 256–261. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.34766>
- Suastriani, S., & Haryati, I. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Dimensi Advertising. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 365. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i4.12260>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)*. 7(3), 25–38.

- Widodo, W., & Kumala, M. C. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 37–44. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.291>
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffe di Kabupaten Bone. 1(1).
- Wulansari, R. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Boga Sejahtera Di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4), 248. <https://doi.org/10.32493/jee.v1i4.10705>
- Yan, R. G. P. S., Repi, A., Lumanauw, B., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI PT TRIDJAYA MULIA SUKSES MANADO EFFECT OF SALES PROMOTION AND LOCATION ON DECISION PROCESS OF MOTOR*. 6(1).
- Yusuf, E., & Bintan, R. (2021). The Effect of Employee Engagement on Employee Performance with Organizational Commitment as Intervening Variable and Percieved Organization Support as a Moderating Variable at The Regional Secretariat of Bireuen District. *Jurnal Visioner & Strategis*, 10(2), 1–15.