

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, Y. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1), 74–88. <https://doi.org/10.29300/ajj.v4i1.1202>
- Hasanah, T. (2020). Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Saluran Distribusi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 159–171. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1775>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. [https://doi.org/Unitomo Pres](https://doi.org/UnitomoPres)
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan (Studi PT. Baja Perkasa Jakarta). *Jurnal Semarak*, 1(3), 142–157.
- Pradopo, R. L. (2019). *Pengaruh Pemberian Merek Berbahasa Asing Dan Citra Merek Cfc Terhadap Penjualan Pt Pioneerindo Gourmet Internasional Tbk*. 3(2), 63–71.
- Prilnes, C., Julitawaty, W., & Subiantoro, N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan di PT. Bina Usaha Mandiri Sejahtera Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(2), 25–35.
- Rahman, Y. L., & Asim. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Divisi Bazaar Transmart Ambassador Jakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen, Vol 9*(1), 12. <https://doi.org/2623-1719>
- Sarifuddin. (2020). *Pengaruh Privat Label Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Pada Konsumen Foodmart*. XIV(1).
- Sembiring, M., & Purba, B. (2019). Analisis Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Jasa pada PT.Prudential Life Assurance. *Regionomic*, 1(1), 32–34.
- Septian, D., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 43–53. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.151>
- Setyaka, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Penjualan Karoseri Wing Box Di Pt. Mitra Toyotaka Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 48. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.166>
- Simanungkalit, R. V. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Nuevos sistemas de comunicaci3n e informaci3n*, VII(4), 41–56. <https://doi.org/2775-3271>

- Siregar, P., & Suhardi. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Private Label Terhadap*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhardi, S., & Carolin, F. A. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Semen Holcim Pada Pt. Kinco Prima Kota Batam. *Jurnal Benefita*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3404>
- Tambunan, Y. S., & Sinaga, N. A. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Omzet Penjualan Pada CV. Graha Mineral Arsi Sibolga. *Akrab Juara*, 6(3), 14–29.
- Waruwu, K., Yunita, M., Yudhira, A., & Tampubolon, D. (2021). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Batik Pada BT Batik Trusmi Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 394–404. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.314>
- Wasiman. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Property di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 122–129.
- Zulkarnaen, D. M. (2021). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pt. Amarta Honda Motor. *Parameter*, 5(1), 26–37. <https://doi.org/10.37751/parameter.v5i1.137>