

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, D. H. R., MA. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Akbar, J. S., dan Rezeki, N. S. (2022). THE INFLUENCE OF COST OF PRODUCTION FULL COSTING AND VARIABLE COSTING METHODS ON SALES RESULTS (CASE STUDY IN KRIPIK CUMI COMPANY IN BANGKA DISTRICT). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(4), 2256–2267. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (F. Sukmawati, Ed.). PENERBIT PRADINA PUSTAKA (CV. Pradina Pustaka Grup).
- Balaka, Muh. Y. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (I. Ahmaddien, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). *ANALISIS REGRESI DALAM PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS*. Raja Grafindo Persada.
- Bergh, Donald D.; Connelly, Brian L.; Ketchen, David J.; Shannon, Lu M. (2014). *Signalling Theory and Equilibrium in Strategic Management Research: An Assessment and a Research Agenda*. *Journal of Management Studies*, 51(8), 1334–1360. doi:10.1111/joms.12097
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2023). *Ikhtisar dan Sejarah BEI*. Retrieved from Indonesia Stock Exchange: <https://www.idx.co.id/id/tentang-bei/ikhtisar-dan-sejarah-bei>
- CNN Indonesia. (2020, May 20). Penjualan Industri Makanan Minuman Anjlok Akibat Corona Baca artikel CNN Indonesia “Penjualan Industri Makanan Minuman Anjlok Akibat Corona.” <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200519175237-92505026/penjualan-industri-makanan-minuman-anjlok-akibat-corona>
- 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* (T. S. Tambunan, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>

- Febrianti, N., Athori, A., & Niam, M. A. (2023). ANALISIS PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN GAJI KARYAWAN TERHADAP PENJUALAN STUDI KASUS PADA UD SELO ALAM DI KEC. PARE KAB. KEDIRI. *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 8(3), 54–60.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, S. Z. (2019). PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI, BIAYA PEMELIHARAAN, BIAYA PROMOSI DAN HARGA JUAL TERHADAP PENJUALAN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA JATI BAROKAH DI CEPU. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia (JEBI)*, 14(2). www.jurnal.stiebi.ac.id
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN DI INDRAKO SWALAYAN TELUK KUANTAN. *Jurnal Valuta*, 2(2), 286–303.
- Halawa, A., Rafani, Y., & Medinal. (2015). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN POCARI SWEAT (Studi Kasus Pada PT Bintang Indomas Raya). *JURNAL ILMIAH PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS (JIPMB)*, 6(2), 40–50. www.stie-ibek.ac.id
- Humaira, S. T., & Huda, S. (2022). Pengaruh Harga Pokok Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan Sub sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2021. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 160–169. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2450>
- Indra, I., Pratiwi, W. A. A., & Putra, Y. D. (2022). Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(4), 711–716. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i4.11704>
- Kusuma, H. W. (2021). Analysis of The Effect of Promotion on the Sales of General Insurance Services at PT. Wahana Tata Insurance. *International Journal of Business and Social Science Research*, 2(1), 20–23. <https://doi.org/dx.doi.org/10.47742/ijbssr.v2n1p3>
- Lodhi, Z.-U.-A., & Ali, T. (2022). Impact of Sales Promotion on Sales of The Automobile Industry of Pakistan (A Case Study of Leading Automobile Companies). *Journal of Economic, Management, IT, Finance and Marketing*, 14(2), 19–33.
- Malida, T. R., & Suzan, L. (2020). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR

DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2018. E-Proceeding of Management , 7(2), 2768.

Meiryani, Suzan, L., Sudrajat, J., & Joemsittiprasert, W. (2020). Impact of Accounting Information System and Intensity of Energy on Energy Consumption in Sugar Industry of Indonesia_ Moderating Role of Effectiveness of Supply. *International Journal of Energy Economics and Policy* ISSN: 2146-4553, 10(5), 647–654. <https://doi.org/https://doi.org/10.32479/ijeep.10221>

Mira, T. S., & Purwanto, T. (2021). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PENJUALAN TERHADAP PENJUALAN PENJUALAN BERSIH (STUDI PERUSAHAAN INDUSTRI MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI SUB ROKOK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2018). *Journal of Sustainability Business Research*, 2(3), 125–131.

Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T. M., & Tobing, C. E. R. L. (2021). *Penelitian Bisnis Teknik dan Analisis Data dengan SPSS-STATA-EVIEWS* (1st ed.). MADENATERA.

Oktaviana. (2022). PENGARUH BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI DAN KAS TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2020. Institutional Repository, Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pasaribu, A. B., & Rizal, R. (2021). PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN DENGAN BIAYA PROMOSI SEBAGAI MEDIASI PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016 - 2020. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis (JTIMB)*, 4(2), 129–140. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jtimb/article/view/2630>

Pengakuan Pendapatan menurut SAK dan Pengakuan Pendapatan menurut SAP – Komite Standar Akuntansi Pemerintahan. (2018, May 28). <https://www.ksap.org/sap/pengakuan-pendapatan-menurut-sak-dan-pengakuan-pendapatan-menurut-sap/>

Purwanza, S. W., Wardhana, (Cand) Aditya, Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Nugroho wardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. banne, Priskusanti, R. D., &

Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (A. Munandar, Ed.). MEDIA SAINS INDONESIA .

Putri, A. R., & Suzan, L. (2021). THE EFFECT OF PROMOTIONAL COSTS AND DISTRIBUTION COSTS ON SALES STUDY ON AUTOMOTIVE AND COMPONENT SUB-SEKTOR MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) FOR THE PERIOD 2017-2020. *E-Proceeding of Management* , 8(6), 8204.

Ramadita, E. S., & Suzan, L. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Debt to equity ratio, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 159–168. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.17440>

Rasyid, R. A., & Suzan, L. (2018). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN (Suatu Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016). Yayasan Akrab Pekanbaru, *Jurnal AKRAB JUARA* , 3(3),1–11.
<https://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/240>

Ratna, Khoiroh, N., & Ridho, M. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2015-2019. *Citra Ekonomi*, 2(1).
<https://ejournal.ugkmb.ac.id/index.php/jce/article/view/30>

Reinati, S., & RE, D. (2022). The impact of promotional costs on the sales unit of Honda Beat Motorcycles: case in Kupang- Indonesia. *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research)*.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5861104>

Sausan Nabilah R, & Leny Suzan. (2020). Effect of production Costs and Sales on the Company's Net Profit. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 169.
<https://doi.org/10.24912/ja.v24i2.689>

Sidik, S. (2021, January 25). Resmi, Mulai Hari Ini BEI Kelompokkan Emiten di 12 Sektor. *CNBC Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com>

Sihombing, P. R. (2021). Corat Coret Catatan Stastisi Pemula. Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.

Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics* (The MIT Press), 87(3), 355–374.

Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. Bandung : Alfabeta, CV

Suryanto, Mikael H. S. S. (2016). *Sistem Operasional Manajemen distribusi*.

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Revisi Tahun 2021)*. Unri Press.
- Tanjung, R., & Wijayanti, A. V. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada PT. Arwana Citramulia Tbk. Tahun 2012-2019. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 28–38.
- Triwibowo, E., & Jumiatur. (2019). PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 4(1), 1–11.
- Tuerah, I. Y. M., Maidani, Cris Kuntadi, & Mulyadi. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan (Studi Pada Perusahaan Yang Bergerak di Bidang Produk Konsumen Berbasis Minyak Kelapa Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Audit & Perpajakan*, 1(2), 98–108. <https://doi.org/doi.org/jap.v1n2.2021>
- Wambua, R. N., & Mwanza, M. (2020). Influence of Distribution on Sales Performance of Vehicle Entertainment Distributors in Nairobi-Kenya. *European Journal of Business and Management*, 12(26), 30–33. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-26-04>
- Wibowo, W., & Maulida, S. (2022). PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2014-2016. *Jurnal Manajemen Bisnis Almatama*, 1(2), 141–146. <https://doi.org/10.58413/jmba.v1i2.323>
- Yang, B., Xu, X., Cao, J., Zeng, K., & Yu, Z. (2024). An anticipatory shipping system for online retailers via mining customer behavior in large e-commerce promotion. *Electronic Commerce Research and Applications*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101403>