

DAFTAR PUSTAKA

- A.M.A.(N.D)). (2023) Marketing Definitions.American Marketing Association.
Diambil 6 Maret 2023.Httpp://Www.Ama.Org/Topic/Marketing-Definition.
- A. Shimp, T. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Salemba Empat.
- Adlina, A. (2022). *Perkembangan Anak Usia 17 Tahun, Bagaimana Tahapan Yang Sesuai?* Hellosehat. Hellosehat.Com
- Aisyah, S., Zulkarnain, & Arifin, K. (2020). Analisis Transaksi Online Terhadap Kepercayaan Pembelian Dan Kepuasan E-Commerce Grab Indonesia Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 8(1), 125–138.
<https://doi.org/10.46750/Economica.V8i1.30>
- Alawiyah, T., Mulyono, L. E. H., & Rinuastuti, B. H. (2022). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Ms Glow. *Unram Management Review*, 2(2), 4–5.
- Alfarisi, S. (2019). *Pengaruh Country Of Origin, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Smartphone Xiaomi Di Jabodetabek)*.
- Amiruddin, Wahyudi, I., Damanik, D., Purba, E., Umar A., M., Ruswandi, W., Desty Febrian, W., Gede Cahyadi Putra, I., & Ayu Nyoman Yuliasuti, I. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen* (Number November 2022).
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Manajemen/Vrmyeaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=Saran+Penelitian+Adalah&pg=Pa120&printsec=Frontcover
- Anggraeni, C. S., Ekawati, E., & Arum, K. (2023). Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasca Pandemi. *Ebbank*, 49–58.
- Aparoh, D. B., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Angkringan Ketan Jepri Di Kota Tegal. *Jecmer: Journal Of Economic, Management And Entrepreneurship Research*, 1(2), 61–77.

- Semester Ii-2023, Cek Rekomendasi Sahamnya.* <https://asi.or.id/kinerja-emiten-semen-diproeksi-melaju-di-semester-ii-2023-cek-rekomendasi-sahamnya/>
- Astuti, M., Marlina, Gunaedi, J., & Kusuma, A. S. (2023). *No Title*. Deepublish.
- Aulia, D., & Hidayat, R. (2022). Upaya Peningkatan Volume Penjualan Melalui Optimalisasi Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(2), 665–671. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2514>
- Awards, T. Brand. (2023). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?Id_Award=1&Id_Kategori=19&Id_Subkategori=376&Tahun_Awal=2016&Tahun_Akhir=2023&Brand1=Bosowa&Brand2=Dynamix&Brand3=Gresik&Brand4=Padang&Brand5=Tiga Roda
- Azhari, M. R. (2020). *Pengaruh Country Of Origin Images Dan Product Knowledges Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mylea (Studi Kasus Konsumen Di Kota Medan)*. 1–62.
- Cepeda, G., Nitzl, C., & Roldan, J. L. (2018). *Mediation Analyses In Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Guidelines And Empirical Examples. Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues And Applications*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-0a3_8
- Defrizal, & Antika, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Di Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Lampung. *Sibatik Journal*, 1(9), 1771–1780.
- Dikky, S. (2020). *Mengganti Brand Agar Kinerja Lebih Keren*. Kontan.Co.Id. <https://tabloid.kontan.co.id/news/mengganti-brand-agar-kinerja-lebih-keren>
- Fauzi, B., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal Of Management Reviews*, 5(1), 621–631. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Staregy)*. In *Manajemen Pemasaran*. Cv. Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/Jiph.V1i2.937>
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2019). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 112–118.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd Ed.)*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giannetti, V., & Srinivasan, R. (2021). The Cloud And Its Silver Lining: Negative And Positive Spillovers From Automotive Recalls. *Marketing Letters*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/S11002-021-09568-6>
- Gunawan, D. C., & Wellyantony, A. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Experience Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Game E-Sports Mobile Legends Bang Bang Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 69–82. <https://doi.org/10.33508/Jumma.V10i2.3611>
- Hafiz, M. P. Al. (2023). *Brand Image Dan Pentingnya Dalam Menjaga Performa Bisnis*. Marketeer Magazine. <https://www.marketeers.com/brand-image-dan-pentingnya-dalam-menjaga-performa-bisnis/>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. In Sage.
- Hasanawi Mt, S. I. I. (2022). Pengaruh Promosi Preferensi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Betadine Solution Pada Pt. Dos Ni Roha Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6),

973–984.

Hong, C., Prieger, J. E., Hu, W.-M., & Zhu, D. (2011). French Automobiles And The Chinese Boycotts Of 2008: Politics Really Does Affect Commerce. *The B.E. Journal Of Economic Analysis & Policy*, 11(1).

Indonesia, P. S. (2023). *Optimizing Capabilities To Lead The Market*.

Indonesia, S. B. (2019). *Laporan Tahunan Pt Solusi Bangun Indonesia Tbk*.

Indonesia, S. B. (2022). *Building Resiliency Through Sustainability And Innovation Smcb*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kemenperin. (2023a). *Investasi Sektor Manufaktur Naik 52 Persen Di Tahun 2022, Tembus Rp497,7 Triliun*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23838/investasi-sektor-manufaktur-naik-52-persen-di-tahun-2022,-tembus-rp497,7-triliun>

Kemenperin. (2023b). *Kemenperin Ungkap Solusi Penguatan Industri Semen Nasional*. <http://ikft.kemenperin.go.id/kemenperin-ungkap-solusi-penguatan-industri-semen-nasional/>

Komang, N., Sritini, I., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Social Media Marketing Melalui Marketplace Facebook Terhadap Volume Penjualan Buah Desa Bulian. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 531–536.

Kotler , Amstrong (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.

Kotler & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran* (12th Ed). Pt. Indeks.

Kotler & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. (A.Pramesta(Ed.); 6th Ed.).Pearson.

Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran* (12th Ed). Pt. Indeks.

Kotler, K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed). Erlangga.

Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management* (14th Ed). Pearson Education Limited.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Cv Al Fath

Zumar.

- Lala Hu, A. B. (2017). "The Country Of Origin Effect: A Hedonic Price Analysis Of The Chinese Wine Market". *British Food Journal*, Vol. 120(Issue: 6), Issue: 6, Bll1264–1279.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21–47.
- Luthfir R. Y. & Asim. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Divisi Bazaar Transmart Ambassador Jakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 9(1), 78–89.
- Madjid, B., & Syahputra. (2019). *The Effect Of Brand Awareness And Brand Image Terhadap Volume Penjualan Teh Botol Sosro Di Kota Bandung*. 6(3), 6029–6037.
- Magdalena, M., & Putra, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Vivo Pada J-Bross. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 374–398.
- Mahrinasari, M. . (2019). The Country Of Origin (Coo) Model Of The Indonesian And Chinese Printed Batik Products. *Journal Of Southwest Jiaotong University*, 56(4). <https://openreview.net/pdf?id=Chlhw9psw8>
- Malinda, F., Parlyna, R., & Saidani, B. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Ulang Dengan Kegunaan Yang Dirasakan Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan ...*, 1(2), 105–112.
<http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/277%0ahttp://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/download/277/220>
- Mayasari, A., Muflihah, N., Fatma Ayu Nuning F.A., & Ummah, I. (2020). Pengembangan Usaha Batik Jatipelem Jombang Menggunakan Partial Least Square (Pls) Dan Structural Equation Model (Sem). *Cyber-Techn*, 14(02), 1–9.
<https://ojs.stt-pomosda.ac.id/index.php/april20/article/view/173>
- Meidinata, N. (2021). *Tak Hanya Harga, Kualitas Jadi Kunci Semen Dynamix Diterima Konsumen*. <https://bisnis.solopos.com/tak-hanya-harga-kualitas->

Jadi-Kunci-Semen-Dynamix-Diterima-Konsumen-1143311

- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.628>
- Mujid & Andrian. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/Jmu.V3i2.946>
- Mukson, M., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2021). Orientation Of Entrepreneurship And Innovation In Improving The Company's Performance Through Business Strategy. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 37–46. <https://doi.org/10.31289/Jkbm.V8i1.5483>
- Murti & Yuliansyah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi Di Pusat Handphone Pgc Cililitan. *Oktober*, 07(2), 45.
- Mustofa, A. Y., Bhirawa, S. W. S., & Muslih, B. (2021). Analisis Volume Penjualan Beras Lokal Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Toserba Bahagia Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20.
- Nayumi, S., & Sitingjak, T. J. R. (2020). Pengaruh Country Of Origin Image, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 136–146. <https://marketeters.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen (2nd Ed.) Pt Grasindo*.
- Nurdiyanti, S., Dahlan, F., & Madjojo, F. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Sdm Terhadap Volume Penjualan Somel Al-Mubarak Kota Tidore

- Kepulauan. *Jurnal Akrab Juara*, 6.
- Nurfajriani, A., Manggabarani, A. S., & Marlina. (2021). Analisis Keunggulan Bersaing Produk Hand Sanitizer Antis Di Masa Pandemi. *Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*, 2, 37–50.
- Nurwanty, A., Juhari, & Deseria, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Merek Suzuki Ertiga Di Showroom Jagorawi Motor Di Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6, 85–95.
- Pahlan, M. (2022). Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Agya Di Toyota Auto 2000 Lahat. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan ...*, 2(2).
[Http://Ejurnal.Politeknikpratama.Ac.Id/Index.Php/Jumbiku/Article/View/312%0](http://Ejurnal.Politeknikpratama.Ac.Id/Index.Php/Jumbiku/Article/View/312%0)
[ahttp://Ejurnal.Politeknikpratama.Ac.Id/Index.Php/Jumbiku/Article/Download/312/322](http://Ejurnal.Politeknikpratama.Ac.Id/Index.Php/Jumbiku/Article/Download/312/322)
- Prastiwi, Q. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Puspitasari, L. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Penjualan Kamar Pada Hotel Aryaduta Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(1), 44–54.
- Putra. (2020). Banyak Pemain Asing Baru Bikin Produksi Semen Di Indonesia Berlebih. *Liputan6*, 7, 4182122.
[Https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/4182122/Banyak-Pemain-Asing-Baru-Bikin-Produksi-Semen-Di-Indonesia-Berlebih](https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/4182122/Banyak-Pemain-Asing-Baru-Bikin-Produksi-Semen-Di-Indonesia-Berlebih)
- Putra, S. A. (2019). Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jumansi Stindo*, 1(2), 1–13.
- Putri, N. D., & Rahmizal, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Di Indoriva Online Pada Pt. Multisukses Energi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1285–1297.

- <https://doi.org/10.46306/Vls.V2i2.157>
- Rah. (2023). *Sig Raih Peringkat Emas Pada Ajang Sni Award 2023*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231118140936-4-490084/sig-raih-peringkat-emas-pada-ajang-sni-award-2023>
- Rayanti D. (2023). *Mobil Terlaris Di Dunia: Merek China Byd Kejar Toyota-Honda*. Detik Oto. <https://oto.detik.com/mobil/d-6957636/mobil-terlaris-di-dunia-merek-china-byd-kejar-toyota-honda>
- Rosa, N., & Pinto, C. F. (2016). Three Decades Of Strategic Management Research On M&As: Citations, Co-Citations, And Topics. *Global Economics And Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.gemrev.2015.12.002>
- Rukmana, S. (2023). *Semen Tiga Roda Vs Holcim, Mana Yang Banyak Jadi Pilihan?* <https://www.stkipmktb.ac.id/semen-tiga-roda-vs-holcim/>
- Sagir, J., Pandika, N. S., & Darwini, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal Of Economics And Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>
- Sandria F. (2023). *Bank Saudi Buka Suara, 166 Tahun Sejarah Credit Suisse Lenyap*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230328143350-17-425179/bank-saudi-buka-suara-166-tahun-sejarah-credit-suisse-lenyap>
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Santosa, P. . (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Giovanny (Ed.); 1st Ed.)*. Andi.
- Saputra, A., Suprptini, N., & Suryatama, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Dan Persaingan Terhadap Volume Penjualan Di Susuku Café Ungaran. *Bisecer (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2), 87. <https://doi.org/10.61689/Bisecer.V5i2.480>
- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (2019). Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas Dan Merek: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1121>

- Sari, U., Sucipto, H., & Ernitawati, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Ikan Asin Pada Masa “Covid 19” Di Kecamatan Losari (Studi Kasus Di Perusahaan Aulia Putri Desa Kecipir). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 2809–2406.
- Sarjono & Julianita. (2020). *Structural Equation Modeling (Sem)*. Penerbit Salemba Empat.
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart’90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 2(1), 129–154. [Http://Doi.Org/10.31955/Mea.Vol2.Iss1.Pp129-154](http://doi.org/10.31955/Mea.Vol2.Iss1.Pp129-154)
- Sevanandee, B., & Damar-Ladkoo, A. (2018). Country-Of-Origin Effects On Consumer Buying Behaviours. A Case Of Mobile Phones. *Studies In Business And Economics*, 13(2), 179–201. [Https://Doi.Org/10.2478/Sbe-2018-0029](https://doi.org/10.2478/Sbe-2018-0029)
- Soegiono, P., & Soeprijono, A. (2017). Pengaruh Tingkat Keamanan Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Volume Penjualan Tabung Gas Lpg Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3, 30. [Https://Doi.Org/10.32493/Jpkpk.V3i3.4738](https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V3i3.4738)
- Sonani, N. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Statistik, B. P. (2022). *Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufactur*.
- Sudirman, S. (2020). The Effect Of Branding, Product Quality, And Reference Group On Purchasing Decisions Through Promotion As Intervention Variables (Case Study Of Samsung Customer At Meteor Cell Store Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 4(2), 170. [Https://Doi.Org/10.33474/Manajemen.V4i2.3734](https://doi.org/10.33474/Manajemen.V4i2.3734)
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Surentu, E. C., Mandey, S. L., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan

- Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan Di Sarah Cake And Tart Langowan. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 634. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.42489>
- Suriyanti. (2020). *Analisis Faktor Produksi Dan Pemasaran Kepiting Bakau (Scylla Olivacea.) Di Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone* (Vol 167, Number 1). <https://www.e-ir.info/2018/01/14/Securitisation-Theory-An-Introduction/>
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Bpfe-Yogyakarta.
- Tanudjaja, Z., E., & Ismail, T. (2018). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Pada Po. Harapan Jaya Di Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Universitas Brawijaya*.
- Trihastuti, A. E. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*. (Bil 170–178). Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding.
- Wahyono, K. I. (2019). Perilaku Manajer Penjualan Pengaruhnya Terhadap Performa Tenaga Penjualan Di Dealer Suzuki Di Malang. *Jurnal Manajemen Jaya Negara*, 11(2), 134–144.
- Warta Ekonomi. (2019). *Makin Berat Persaingan Pasar Semen, Dynamix Tahan*. Warta Ekonomi. <https://wartaekonomi.co.id/read256644/makin-berat-persaingan-pasar-semen-dynamix-tahan-market-share-151-persen>
- Widiarto, T., & Hardiana, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Arb Bakery Di Kelurahan Sukmajaya. *Sosio E-Kons*, 175–189.
- Widodo, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bed Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 217–230.
- Wikipedia. (2023). *Overproduction*. Wikipedia. https://en-m-wikipedia-org.translate.google.com/wiki/Overproduction?_X_Tr_Sl=En&_X_Tr_Tl=Id&_X_Tr_Hl=Id&_X_Tr_Pto=Tc

- Yapos.Id. (2021). *Red Ocean Vs Blue Ocean*. <https://Yapos.Id/Strategi-Red-Oceanvs-Blue-Ocean/>
- Yasin Et Al. (2014). *Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas Konsumen*.
- Yuhani, N. N. D., & Ponirin, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Kembali Motor Honda Beat Sporty Pada Dealer Honda Cv. Anugerah Perdana 4 Yos Sudarso. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 7(2), 137–148. <https://doi.org/10.22487/Jimut.V7i2.232>
- Yunus, M. (2018). *Analisis Kepercayaan Merek Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt Hadji Kalla Cabang Maros* (Vol 372, Number 2).