

JURNAL AKUNTANSI

TH XIV / 02 / Mei / 2021

ISSN : 1979-8334

Setiap tahun terbit dua kali pada bulan Mei dan November berisi hasil penelitian dan kajian analisis di bidang Akuntansi.

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI :

Pelindung

Dr. Ir. Agus Purnomo, MT.

Penanggung Jawab

Y. Casmadi , SE., MM.

Penyunting

Diana Maryana, SE.,M.Si

Anggota

Y. Casmadi , SE., MM.

Diana Maryana, SE., M.Si.

Riani Tanjung, SE, M.Si, Ak, CA.

Christine Riani Elisabeth, SE, MM.

Tia Setiani, S.Pd, M.M.

Surya Ramadhan Noor, SE., MM.

Toto Suwarsa, SE., Ak., MM.

ALAMAT PENYUNTING DAN REDAKSI :

Prodi Akuntansi, Gedung Pendidikan,

Politeknik Pos Indonesia

Jl. Sariasih No 54 Bandung 40151 Telp. 022-2009570, Fax 022-2009568,

E-mail : d3_akuntansi@poltekpos.ac.id

Prodi Akuntansi D III Politeknik Pos Indonesia, telah Terakreditasi B berdasarkan Keputusan Dirjen DIKTI No. 1072/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/IX/2015

KATA PENGANTAR

Jurnal Akuntansi diterbitkan setiap enam bulan sekali oleh Prodi Akuntansi Politeknik Pos Indonesia, dengan tujuan untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas, yaitu bagi baik para akademisi, mahasiswa, praktisi dan pihak lainnya yang isinya berupa kajian ilmu dan hasil riset di bidang akuntansi.

Penerbitan saat ini terdiri dari 5 (lima) topik, meliputi :

Analisis Laporan Keuangan
Akuntansi Biaya
Perpajakan
Auditing
Manajemen Keuangan

Mudah-mudahan semua artikel yang dimuat dapat menambah pengetahuan dan pengalaman para pembaca, sehingga menambah semangat untuk terus berinovasi melahirkan karya tulis yang bermanfaat. Amin

Bandung, Mei 2021

Redaksi

DAFTAR ISI

SUSUNAN PENGURUS JURNAL AKUNTANSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2015-2019	1
ANALISIS SISTEM PEMBELIAN KREDIT BAHAN BAKU SPRING BED PADA PT. CAHAYA BUANA FURINDOTAMA	14
PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PT. ARWANA CITRAMULIA TBK. TAHUN 2012-2019	28
ANALISIS SISTEM PENGELUARAN KAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERTIFIKASI PEGAWAI BAGIAN HUMAN CAPITAL REGION PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk. KANTOR WILAYAH BANDUNG	40
PENGARUH PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PERUSAHAAN PT ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK TAHUN 2005-2019	53
ANALISIS LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENILAI KEBERHASILAN DALAM PENGELOLAAN MODAL KERJA PADA PT KIMIA FARMA (PERSERO) TBK PERIODE 2015 – 2019	66
ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI ATAU MEMPRODUKSI SENDIRI BAHAN BAKU PADA PT. JAPFA COMFEED INDONESIA TBK. TAHUN 2018-2019	79

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP PENJUALAN PADA
PT. ARWANA CITRAMULIA TBK. TAHUN 2012-2019**

Oleh : Riani Tanjung SE., M. Ak. , Azra Velda Wijayanti

Email : rianitanjung@poltekpos.ac.id

D3 Akuntansi poltekpos

ABSTRAK

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan tersebut dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam penjualan, biaya yang berpengaruh besar yaitu biaya produksi dan biaya promosi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi pada PT. Arwana Citramulia, Tbk. tahun 2012-2019. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan perumusan masalah asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Alat analisis yang digunakan adalah analisis normalitas, analisis korelasi berganda, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji F. Penelitian dilakukan menggunakan *Software IBM SPSS Statistic version 23*. Berdasarkan hasil uji f yang dilakukan oleh penulis dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh hasil bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya Promosi, Penjualan.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beragamnya industri yang beroperasi di Indonesia menyebabkan adanya persaingan antar perusahaan yang sejenis. Setiap perusahaan saling bersaing dalam meningkatkan kualitas produknya untuk dijual ke konsumen.

Penjualan yang tinggi tentu akan menggerakkan perusahaan lebih baik ke depannya karena bagi perusahaan tingkat penjualan yang tinggi akan meningkatkan laba yang dicapai. Salah satu cara dalam menghadapi

persaingan tersebut adalah dengan merancang suatu strategi produksi dan promosi untuk menyampaikan produk sehingga dapat mudah diterima oleh konsumen dan agar konsumen tertarik untuk membelinya.

Dalam perancangan strategi tersebut, perusahaan akan mengeluarkan biaya terutama biaya produksi dan biaya promosi. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2016:8).

1.1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dari biaya produksi terhadap penjualan di PT. Arwana Citramulia Tbk. tahun 2012-2019.

Langkah selanjutnya setelah memproduksi barang adalah dengan mempromosikan produk tersebut kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:47) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dengan keberhasilan tersebut akan menaikkan permintaan produk dan akan mempengaruhi penjualan dari perusahaan.

Penelitian pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan ini dilakukan pada PT. Arwana Citramulia, Tbk Tahun 2012-2019.

2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap penjualan di PT. Arwana Citramulia Tbk. tahun 2012-2019.

3. Untuk mengetahui pengaruh dari biaya produksi dan biaya promosi

terhadap penjualan di PT. Arwana Citramulia Tbk. tahun 2012-2019.

1.2 METODE PENELITIAN

1.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan Laba Rugi PT. Arwana Citramulia Tbk pada awal berdiri sampai dengan sekarang. Sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya promosi dan penjualan didapat dari Laporan Keuangan Laba Rugi PT. Arwana Citramulia, Tbk. selama 8 tahun yaitu pada tahun 2012-2019 dengan dibuat dalam kuartal per 4 bulan sehingga menjadi 32 sampel.

1.2.2 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Normalitas, analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.
2. Analisis Korelasi Berganda, digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen.
3. Analisis Regresi Linear Berganda, untuk mengukur pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Analisis Koefisien Determinasi, digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi atau pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.
5. Uji t, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel

independen dengan variabel dependen secara parsial.

6. Uji F, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan.

1.3 HASIL DAN PEMBAHASAN

1.3.1 Hasil Analisis Data

1. Analisis Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	38846390,35998964
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,057
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel diatas dapat

diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200

lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.

Dengan demikian data yang digunakan pada penelitian ini telah berdistribusi normal.

2. Analisis Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,807	,793	40163589,345

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Penjualan

Dengan angka R sebesar 0,898

menunjukkan jika terdapat hubungan

yang “Sangat Kuat” antara Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) terhadap Penjualan (Y). Hal ini terbukti dengan dengan interval koefisien dengan nilai antara 0,80 – 1,000 yang artinya tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah sangat kuat.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	687620 86,417	32557 277,66 5		2,11 2	,04 3
Biaya Produksi	1,129	,126	,888	8,95 4	,00 0
Biaya Promosi	2,296	13,114	,017	,175	,86 2

a. Dependent Variable: Penjualan

Dari nilai-nilai koefisien diatas, persamaan regresi yang dapat disusun

untuk variabel biaya produksi dan biaya promosi adalah sebagai berikut:

$$Y = 68.762.086,417 + 1,129 X_1 + 2,296 X_2$$

Dari persamaan regresi sebelumnya, dapat diketahui bahwa:

1. Jika nilai variabel biaya produksi (X_1) dan biaya promosi (X_2) = 0, maka nilai variabel penjualan (Y) adalah 68.762.086,417.
2. Jika nilai variabel biaya produksi (X_1) bertambah 1, maka nilai variabel penjualan (Y) akan bertambah sebesar 1,129. Karena koefisien regresi bernilai positif maka terjadi hubungan positif pula antara biaya produksi (X_1) terhadap penjualan (Y) pada PT. Arwana Citramulia Periode 2012-2019.

3. Jika nilai variabel biaya promosi (X_2) bertambah 1, maka nilai variabel penjualan (Y) akan bertambah sebesar 2,296. Karena koefisien regresi bernilai positif maka terjadi hubungan positif pula antara biaya promosi (X_2) terhadap penjualan (Y) pada PT.

penjualan sebesar 80,7% sedangkan 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

5. Uji t

a. Biaya Produksi (X_1) terhadap Penjualan (Y)

Arwana Citramulia Periode 2019.

4. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	of the Estimate
1	,898 ^a	,807	,793	40163589,345

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan hasil data diatas diperoleh R^2 sebesar 0,807 atau sebesar 80,7%. Hal ini menunjukkan persentase pengaruh variabel independen yaitu biaya produksi dan biaya promosi terhadap dependen yaitu

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	68762086,417	32557277,665		2,112	,043
Biaya Produksi	1,129	,126	,888	8,954	,000
Biaya Promosi	2,296	13,114	,017	,175	,862

a. Dependent Variable: Penjualan

Dengan derajat kebebasan (dk)

= $n-k$ ($dk = 32-3 = 29$) dimana n = jumlah data, k = jumlah variabel.

Dengan derajat kebebasan 29 dan tingkat signifikan 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,045. Pengaruh variabel biaya produksi terhadap variabel penjualan menunjukkan t_{hitung} 8,954 > t_{tabel} 2,045. Nilai positif menunjukkan

bahwa biaya produksi dan penjualan berpola hubungan searah. Sedangkan untuk angka signifikansi biaya produksi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

b. Biaya Promosi (X_2) terhadap Penjualan (Y)

Nilai positif menunjukkan jika biaya promosi dan penjualan berpola hubungan searah. Sedangkan untuk angka signifikansi biaya promosi sebesar $0,862 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak.

6. Uji F

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	68762086,417	32557277,665		2,112	,043
Biaya Produksi	1,129	,126	,888	8,954	,000
Biaya Promosi	2,296	13,114	,017	,175	,862

a. Dependent Variable: Penjualan

Pengaruh variabel biaya promosi terhadap variabel penjualan menunjukkan $t_{hitung} 0,175 < t_{tabel} 2,045$.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	195088366155529280,000	2	97544183077764640,000	60,469	,000 ^b
Residual	46780303364021632,000	29	1613113909104194,200		
Total	241868669519550912,000	31			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

Dari hasil uji F diatas, maka dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar

60,469. Dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = n-k-1 (dk = 32-2-1 = 29) maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,33 (F_{tabel} terlampir) yang berarti F_{hitung} 60,469 > F_{tabel} 3,33. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan.

1.3.2 Pengaruh Biaya Produksi (X_1) terhadap Penjualan (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa ketika nilai variabel biaya produksi (X_1) bertambah 1, maka nilai variabel penjualan (Y) akan bertambah sebesar 1,129. Koefisien regresi bernilai positif

yang berarti adanya hubungan positif antara biaya produksi (X_1) terhadap penjualan (Y).

Berdasarkan hasil uji t bahwa pengaruh biaya produksi terhadap penjualan menunjukkan t_{hitung} sebesar 8,954 lebih besar dari t_{tabel} 2,045. Nilai positif menunjukkan bahwa biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Arwana Citramulia berpola hubungan searah. Sedangkan untuk angka signifikansi biaya produksi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Arwana Ciitramulia.

1.3.3 Pengaruh Biaya Promosi (X_2) terhadap Penjualan (Y)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berdasarkan

hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa ketika nilai variabel biaya promosi (X_2) bertambah 1, maka nilai variabel penjualan (Y) akan bertambah sebesar 2,296. Karena koefisien regresi bernilai positif maka terjadi hubungan positif pula antara biaya promosi (X_2) terhadap penjualan (Y) pada PT. Arwana Citramulia Periode 2012-2019. Sehingga semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan PT. Arwana Citramulia maka penjualan PT. Arwana Citramulia akan mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya, semakin kecil biaya promosi yang dikeluarkan PT. Arwana Citramulia maka penjualan PT. Arwana Citramulia akan mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil uji t bahwa pengaruh biaya promosi terhadap penjualan menunjukkan t_{hitung} sebesar

$0,175 < t_{tabel} 2,045$. Nilai positif menunjukkan bahwa biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Arwana Citramulia berpola hubungan searah. Sedangkan untuk angka signifikansi biaya produksi sebesar $0,387 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap penjualan.

1.3.4 Pengaruh Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) terhadap Penjualan (Y)

Dari hasil uji korelasi berganda didapatkan hasil R sebesar 0,898 menunjukkan jika terdapat hubungan yang “Sangat Kuat” Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) terhadap Penjualan (Y). Hal ini terbukti dengan dengan interval koefisien dengan nilai antara 0,80 – 1,000 yang artinya

tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah sangat kuat.

Dari hasil uji regresi linear berganda didapat persamaan linear yaitu $Y = 68.762.086,417 + 1,129 X_1 + 2,296 X_2$, dimana koefisien variabel biaya produksi sebesar 1,129 dan koefisien variabel biaya promosi sebesar 2,296. Sehingga nilai konstanta sebesar 68.762.086,417 menunjukkan jika variabel Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) = 0, maka nilai variabel Penjualan (Y) adalah 68.762.086,417.

Berdasarkan hasil dari koefisien determinasi bahwa diperoleh R^2 sebesar 0,807 atau sebesar 80,7%. Hal ini menunjukkan persentase pengaruh variabel independen yaitu biaya produksi (X_1) dan biaya promosi

(X_2) terhadap variabel dependen yaitu penjualan (Y) sebesar 80,7% sedangkan 19,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat dilihat nilai F_{hitung} yang didapat sebesar 60,469 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,33 yang berarti $F_{hitung} 60,469 > F_{tabel} 3,33$. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi (X_1) dan biaya promosi (X_2) terhadap penjualan (Y).

1.4 KESIMPULAN DAN SARAN

1.4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada PT. Arwana Citramulia dan pembahasan masalah yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Produksi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia.
2. Biaya Promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F secara simultan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap

Penjualan pada PT. Arwana Citramulia.

1.4.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia penulis memberikan saran yaitu penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi penjualan, memperluas populasi penelitian dan menambah sampel yang akan diteliti agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih beragam dan semakin akurat.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Yohanes Casmadi, SE., MM.
Selaku Ka Prodi D3 Akuntansi
2. Christine Riani Elisabeth, SE.,
MM. selaku selaku koordinator

- Tugas Akhir sekaligus dosen pembimbing I dalam menyusun Tugas Akhir
3. Riani Tanjung, SE., M.Si., AK., CA. selaku pembimbing II dalam menyusun Tugas Akhir.
4. Toto Suwarwa, SE., Ak., MM. selaku Penguji I Tugas Akhir.
5. Tia Setiani, S.Pd., MM. selaku Penguji II Tugas Akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Dinar, I Gusti Putu Gede Indra, dkk. 2016. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Ud Tirta di Jembrana. *Jurnal Manajemen*, (Online), Vol. 4.
- Dunia, Firdaus Achmad, dkk. 2018. *Akuntansi Biaya*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lanen, William. N, dkk. 2017. *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi. 2016. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyana, Asep. 2017. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen*, (Online), Vol.17, No.3.
- Riwayadi. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rupaida, S.A. & Bernardian, D.E.Y. 2016. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industri Tbk. *Jurnal Manajemen*, (Online), Vol. 8, No. 2.
- Website (Online)
- <https://ejournal.undiksha.ac.id>. Diakses 03 April 2020
- <https://journals.telkomuniversity.ac.id>. Diakses 03 April 2020.
- Saladin, Djaslim. 2016. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- <https://junaidichaniago.wordpress.com>. Diakses 21 Juli 2020.
- Sugiyono. 2017. *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- <https://jurnal.polban.ac.id>. Diakses 03 April 2020.
- Suhardi. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Gava Media.
- <https://www.arwanacitra.com/>. Diakses 04 April 2020.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

