

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. A. Heliawan and A. M. Wisnu, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura,” *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, pp. 174–180, 2018.
- [2] R. Y. Amelia, “STRATEGI PROMOSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DEALER HONDA HAUR KUNING BANJARBARU,” Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad, 2022.
- [3] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- [4] F. Andrologi and Y. Sugiarto, “Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya Terhadap Brand Equity,” 2014.
- [5] T. Krisnahadi, “PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA Studi kasus pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa Mataram,” *Jurnal Sangkareang Mataram*, 2018.
- [6] N. Nainggolan and T. Parinduri, “PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET SERBELAWAN,” *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI*, vol. 2, no. 1, pp. 54–64, 2020.
- [7] A. Andrian, “PENGARUH PROMOSI, POTONGAN HARGA DAN RAGAM PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE MALL METROPOLITAN BEKASI,” Universitas BSI Bandung, 2013.
- [8] M. N, “Pengaruh Antara Brand Trust, Kualitas Produk, Personal Selling dan Keputusan Pembelian,” Universitas Muhammadiyah Diponegoro, 2020.
- [9] M. P. Dalihade, J. D. Massie, and M. V. Tielung, “Pengaruh potongan harga dan store atmosphere terhadap impulse buying pada matahari departement store mega mall manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 5, no. 3, 2017.
- [10] R. Y. Emor and A. S. Soegoto, “Pengaruh potongan harga, citra merek, dan servicescape terhadap keputusan pembelian konsumen indomaret tanjung batu,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 3, no. 2, 2015.

- [11] A. Dede, “Pengaruh Kebijakan Potongan Harga Terhadap Penjualan Pada PT Dunia Bangunan BSD,” *JURNAL MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, vol. 3, no. 1, pp. 33–41, 2020.
- [12] R. Satria and H. A.R, “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk Kartu AS Telkomsel Cabang Palembang,” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2021.
- [13] M. Anshori and S. Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. Surabaya: Airlangga University Press, 2019.
- [14] I. M. Indra and I. Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Sleman: Budi Utama, 2019.
- [15] A. Juliandi, I. Irfan, and S. Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press, 2017.
- [16] W. Gulo, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- [17] D. W. Sutha, *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- [18] Z. M. Fadilah, *Praktik Analisis Data : Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews Dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Grup, 2021.
- [19] R. Sahabuddin, M. I. Idrus, and A. Karim, *Pengantar Statistika*. Makassar: Liyan Pustaka Ide, 2021.