

**PENGARUH PROGRAM DISKON DAN PENAWARAN
KHUSUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN
TIGA RODA PADA DISTRIBUTOR PT PERMATA
MULTINIAGA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh:

FAUZAN ADI SASONO

NPM. 20.01.11.0032

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : FAUZAN ADI SASONO
Nomor Pokok/NIRM : 20.01.11.0032
Jurusan /Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROGRAM DISKON DAN
PENAWARAN KHUSUS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN TIGA
RODA PADA DISTRIBUTOR PT PERMATA
MULTINIAGA PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 30/8 / 2024 Pembimbing I : Lusia Nargis, SE., M.Si.
NIDN : 0222036101

Tanggal 30/8 / 2024 Pembimbing II : Ellen Sumiarni, SE., MM
NIDN : 0223116001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN: 0205026401



Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN: 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : FAUZAN ADI SASONO
Nomor Pokok/NIRM : 20.01.11.0032
Jurusan /Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROGRAM DISKON DAN
PENAWARAN KHUSUS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN TIGA
RODA PADA DISTRIBUTOR PT PERMATA
MULTINIAGA PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 6/1 - 2025 Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE., M.Si.
NIDN : 0222036101

Tanggal 23/7 - 2024 Penguji I : Ellen Sumiarni, SE., MM
NIDN : 0223116001

Tanggal 17/10 - 2024 Penguji II : Ulil Amri, SE., M.Si.
NIDN : 0229016201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak.CA., CSRS
NIDN:0205026401



Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN: 0222096301

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto : “Sekali-sekali untuk menoleh kearah belakang untuk melihat dan mengevaluasi diri kita yang dahulu, tetapi jangan pernah berhenti melangkah kedepan dan berlari menuju kesuksesan.”

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ Allah Subhanawataáala
- ❖ Ayahanda dan Ibunda tercinta
- ❖ Saudara – saudaraku
- ❖ Almamater

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauzan Adi Sasono

NPM : 2001110032

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata 1 (S.1)

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2024

Penulis

10000
KULIAH
TEMPEL
D3ALX359089421
Fauzan Adi Sasono

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘Alamin segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan rasa syukur yang luar biasa atas nikmat sehat, nikmat iman, nikmat islam dan berkat rahmat dan hidayah-Nya pula sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda Pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajiannya yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan serta kemampuan yang penulis miliki. Tetapi dengan bantuan, bimbingan, masukan, dan dorongan semangat serta kesabaran yang diberikan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan jadwal waktu yang telah direncanakan. Dengan selesainya penelitian ini, penulis mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal, AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E, M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
4. Ibu Lusia Nargis, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian proposal ini.

5. Ibu Ellen Sumiarni, S.E, MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian proposal ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
7. PT Permata Multiniaga Palembang yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini.

Palembang, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis.....	6
2.1.1 Pengertian Diskon.....	6
2.1.2 Jenis Diskon.....	7
2.1.3 Dimensi dan Indikator Diskon.....	8

2.1.4 Pengertian Penawaran.....	9
2.1.5 Hukum Penawaran	9
2.1.6 Dimensi dan Indikator Penawaran.....	10
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.8 Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.9 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Yang Relevan	15
2.3 Kerangka Berfikir	19
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.1.2 Waktu Penelitian	21
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.3 Populasi, Sample dan Sampling.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sample dan Sampling.....	24
3.4 Rancangan Penelitian.....	24
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	25
3.5.1 Variabel.....	25
3.5.2 Definisi Operasional	26
3.6 Instrumen Penelitian	28

3.7 Uji Instrumen	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	30
3.8.2 Analisis Statistik Inferensial	31
3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.8.2.3 Analisis Koefisien Korelasi (r)	33
3.8.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.8.2.5 Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Karakteristik Responden	36
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reabilitas	46
4.3 Hasil Analisis Statistif Deskriptif.....	48
4.4 Hasil Analisis Statistif Inferensial.....	49
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	49
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas	50
4.4.1.3 Uji Multikolinieritas	51
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

4.6 Hasil Koefisien Korelasi (r)	54
4.7 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.8 Hasil Uji Hipotesis Statistik.....	55
4.8.1 Hasil Uji t (Parsial)	55
4.8.2 Hasil Uji F (Simultan).....	57
4.9 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Yang Relevan	15
3.1 Waktu Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Skala <i>Likert</i>	29
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Retail.....	36
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Program Diskon.....	43
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Penawaran Khusus.....	44
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
4.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Program Diskon	46
4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penawaran Khusus.....	47
4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian	47
4.10 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	48
4.11 Hasil Uji Normalitas	49
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	52
4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.14 Interpretasi Nilai	54
4.15 Hasil Uji Korelasi & Determinasi.....	45
4.16 Hasil Uji Secara Parsial (t).....	56
4.17 Hasil Uji Secara Simultan (F).....	57

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir.....	19
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	50
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51

ABSTRAK

Fauzan Adi Sasono. Pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tigaroda Pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang di Universitas Tridinanti.(Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis,,SE.M.Si dan Ibu Ellen Sumarni,SE.MM)

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui Program Diskon dan Penawaran Khusus Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tigaroda Pada PT Permata Multiniaga Palembang. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara primer, yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 22. Adapun populasinya berjumlah 75 responden.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tigaroda Pada PT Permata Multiniaga Palembang, dengan nilai sig F $0,000 < 0,05$ dengan persamaan regresi linier berganda $Y = 7,821 + 0,402X_1 + 0,533X_2$, terdapat pengaruh program diskon secara parsial terhadap keputusan pembelian semen tigaroda pada PT Permata Multiniaga Palembang dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, terdapat pengaruh penawaran khusus secara parsial terhadap keputusan pembelian semen tigaroda pada PT Permata Multiniaga Palembang dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Aplikasi penelitian ini disarankan agar PT Permata Multiniaga dapat melakukan program diskon dan penawaran khusus sehingga dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan keputusan pembelian yang cukup tinggi otomatis keuntungan dari perusahaan akan tinggi, begitupun sebaliknya apabila keputusan pembelian rendah maka keuntungan juga akan rendah.

Kata Kunci : Program Diskon, Penawaran Khusus , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fauzan Adi Sasono. The Influence of Discount Programs and Special Offers on the Purchasing Decision of Tigaroda Cement at the Distributor PT Permata Multiniaga Palembang at Tridinanti University. (Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, SE.M.Si and Mrs. Ellen Sumarni, SE.MM)

This research basically aims to determine the Discount Program and Special Offers on the Purchasing Decision of Tigaroda Cement at PT Permata Multiniaga Palembang. In writing this thesis the author used primary data collection techniques, which were obtained by distributing questionnaires, this research used multiple linear regression analysis techniques and used the SPSS version 22 statistical application. The population was 75 respondents.

The research results show that there is an influence of discount programs and special offers on the decision to purchase Tigaroda cement at PT Permata Multiniaga Palembang, with a sig F value of $0.000 < 0.05$ with the multiple linear regression equation $Y = 7.821 + 0.402X_1 + 0.533X_2$, there is an influence of the discount program partially on the decision to purchase three-wheel cement at PT Permata Multiniaga Palembang with a sig value of $0.000 < 0.05$, there is a partial influence of special offers on the decision to purchase three-wheel cement at PT Permata Multiniaga Palembang with a sig value of $0.000 < 0.05$.

This research application is recommended so that PT Permata Multiniaga can carry out discount programs and special offers so that they can help consumers in making purchasing decisions. With a fairly high purchasing decision, the company's profit will automatically be high, and vice versa, if the purchasing decision is low, the profit will also be low

Keywords: Discount Program, Special Offers, Purchasing Decisions

RIWAYAT HIDUP

Fauzan Adi Sasono lahir di Palembang, pada tanggal 28 Februari 2000. Peneliti lahir dari pasangan Bapak Amat Mafakir dan Ibu Barisah, peneliti merupakan anak bungsu dari pasangan tersebut.

Pada tahun 2005 saya pertama kali masuk sekolah di SD N 63 Palembang dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama pada tahun 2013 di SMP Tunas Bangsa Palembang dan lulus pada tahun 2014 dan melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK N 4 Palembang pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun selanjutnya di tahun 2020 saya melanjutkan studi perkuliahan menjadi mahasiswa Universitas Tridinanti, mengambil jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari tahun 2020 sampai 2024 dan insyaallah akan lulus pada tahun 2024.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di dalam dunia bisnis kini semakin ketat, membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang tepat dan cepat dalam memasarkan produknya. Dalam era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak tepat dan cepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya. Memahami kebutuhan dan keinginan pasar merupakan aspek yang menentukan dan mendukung kesuksesan strategi dalam pemasaran. Setiap perusahaan tidaklah mungkin menarik konsumennya dengan cara yang sama. Kebutuhan konsumen bervariasi dalam hal kebutuhan dan praktik dalam berbelanja. Dalam hal ini pemilihan strategi pasar (market strategy) sangatlah penting dalam penjualan produk.

Pemasaran merupakan kegiatan transaksi jual beli dimana seluruh barang-barang yang diproduksi dengan mudah dapat terjual. Seiring dengan berjalan waktu perkembangan kebutuhan manusia juga semakin bertambah, sehingga timbul banyak persaingan dalam kegiatan produksi. Adanya persaingan ini menyebabkan mulai dikenalnya berbagai kegiatan strategi yang dilakukan

perusahaan. Dalam hal ini, penekan utamanya bagaimana barang yang dihasilkan dapat terjual sehingga target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dalam jangka pencapaian tujuan keuntungan perusahaan. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga ini merupakan salah satu bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi setiap perusahaan. Harga juga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar.

Diskon biasanya dilakukan setelah melihat nilai penjualan produknya ketika memasuki pasar luas dan jumlah stock barang, dari data tersebut maka perusahaan dapat melihat dimana kurang maksimalnya penjualan yang telah dilakukan bulan sebelumnya. Strategi diskon harga merupakan strategi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Perubahan harga atas suatu produk adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran produk di perusahaan. Dimana perubahan harga dapat membuat pergeseran pada permintaan produk sehingga perusahaan dapat mengukur seberapa besar sensitivitas permintaan dan penawaran dapat terjadi karena adanya perubahan harga tersebut. Pemberian potongan harga (diskon) pada produk merupakan salah satu bentuk strategi penjualan yang telah

dilakukan. Hampir seluruh produk yang ditawarkan dibingkai dengan diskon dan penawaran yang tentu saja akan memberikan pandangan yang menguntungkan karena konsumen bisa mendapatkan produk yang diinginkan di bawah harga normal.

Penawaran-penawaran khusus juga biasa diberikan pada waktu tertentu yang diharapkan dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Diskon produk yang ditawarkan antara 2% terlebih lagi dengan adanya penawaran khusus, seperti potongan harga yang lebih besar ketika mencapai target pembelian yang sudah ditentukan. Selain dengan nominal dan persentase PT Permata Multiniaga memberikan promo buy 50 zak kemasan semen @50kg bonus 1 zak semen @50kg pada jangka waktu tertentu yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada PT Permata Multiniaga Palembang, hal ini dikarenakan PT Permata Multiniaga Palembang merupakan Distributor utama pasar Semen Tiga Roda yang terkenal dikalangan masyarakat di Sumatera Selatan.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti program diskon dan penawaran khusus terhadap keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul untuk meneliti lebih lanjut dalam bentuk skripsi **"Pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda Pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang"**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, masalah yang dirumuskan dalam peneliti ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Program Diskon secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh Penawaran Khusus secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisi, dan membuktikan :

1. Pengaruh Program Diskon secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang.
2. Pengaruh Penawaran Khusus secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang.
3. Pengaruh Program Diskon dan Penawaran Khusus secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada Distributor PT Permata Multiniaga Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Memberikan kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran mengenai pengaruh program diskon dan penawaran khusus terhadap keputusan pembelian, serta memberikan informasi dan masukan yang berguna bagi distributor Semen Tiga Roda dalam merancang strategi promosi yang efektif.

2. Bagi Penulis

- a. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dengan pengetahuan yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- b. Belajar mengenai dinamika dan kondisi nyata di dunia kerja pada lingkungan perusahaan.
- c. Serta menambah pengalaman di dunia kerja di bidang pemasaran.

3. Bagi Akademisi

Sebagai masukan untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- D. Kadir, R. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Sleman, Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING.
- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 77.
- Harianto, rifin, A., & Rosiana, N. (2022). *Ekonomi Manajerial*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*, Edisi Keempatbelas, Pearson Education, New Jersey.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Jurnal Ekonomi USI*, 54-64.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusantara Creative.
- P. Giningroem, D., W. Setyawati, N., & Supriyanto. (2022). Peran harga dan Penawaran Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Go-food Dengan menggunakan Pembayaran Digital Gopay. *Jurnal of Management*, 157-186.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astuti, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pemebelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Toserba Borobudur Kediri. *JIMEK*, 259.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*. (2023). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
- Putri, Y. A. (2023). *Keputusan Pembelian*. Indramayu: Cv. Adanu Abimata.
- Risanto, E. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam penelitian*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Suhardi, C. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit GavaMedia.

Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Strategik (2nd ed.)*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi-4*, Yogyakarta : Cv. Andi Offset

Uyung, M., & Yoeseanto, B. L. (2022). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.