

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, V. (2014). *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Swalayan ADA Pati*, Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana. <https://adoc.pub/download/pengaruh-periklanan-dan-promosi-penjualan-terhadap-keputusanc71c169756810721839d399170a4b16e98580.html?reader=1>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies*. McGraw-Hill.
- Indrasari, R. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis. Skripsi Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/14213-Full_Text.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Larasati, J. A., & Susilo, D. (2022). Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagram Followers. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 121–137. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i2.269>. <https://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/download/269/163/>
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1–25. <https://core.ac.uk/download/pdf/322503162.pdf>
- Rahayu, D. W. S. (2019). Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar Denok Wahyudi Setyo Rahayu. *Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12, 28–40. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/754/631/>
- Rahmadiansyah. (2021). Analisis Efektivitas Promosi Terhadap Penjualan (Studi Pada PT. Mitra Raya Mobil Banjarmasin) Manajemen , 61201. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/6336/1/Artikel%20Rahmadiansyah%2017310032-dikonversi.pdf>
- Sampepajung, D. C. (2018). Analisis Efektivitas Promosi Penjualan Point Of

Purchase Displays dan Hadiah Langsung Terhadap Volume Penjualan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia – Sales Center Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 14(1), 35–49.
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v14i1.2457>.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi/article/download/2457/2039/7028>

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku konsumen*. PT Indeks.

Siti. (2018). In Analisis Efektifitas Sales Promotion Pada Gojek dan Grab Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengguna Transpotasi Online Di Kota Makassar. *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13702/1/ANALISIS%20EFEKTIVITAS%20SALES%20PROMOTION%20PADA%20GOJEK%20DAN%20GRAB.pdf>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed method)* (2nd ed.). Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Andi.

Yudha, I. P. G. M. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(7), 1803–1834.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/download/37893/24641/>