

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*.
- Amir, H., Elvinawati, E., Solikhin, F., & Rohiat, S. (2021). Bimbingan Teknis Pembuatan Sabun Kulit Buah Naga Sebagai Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di SMAN 4 Kota Bengkulu. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11626>
- Aulia, H. F., Qomari, N., & Novindari, I. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee di Universitas Bhayangkara Surabaya). *UBHARA Management Journal*.
- Farisi, S. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA. *NCMAB*.
- Hariyanto. (2020). Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Darojatul Romli, A. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APLIKASI DOMPET DIGITAL OVO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG. *Journal for Management Student (JFMS)*. <https://doi.org/10.35706/jfms.v1i1.5386>
- Insana, D. R. M., & Mayndarto, E. C. (2017). Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan. *Ejournal.Borobudur.Ac.Id*.
- Kasino Martowinangun, D. J. S. L. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Management*.
- Mangkuprawira, H. dan. (2017). Pengaruh potongan harga, garansi, dan variasi prodk terhadap volume penjualan sepeda motor honda pada dealer mpm motor pare. *Simki-EkonomiC ISSN: BBBB-BBBB*.
- Mufti, B. A. R., & Saraswati, T. G. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penyedia Jasa Titip Beli @GoodSxaKha. *E-Proceeding of Management*.
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN VIA INTERNET PADA TOKO ONLINE. *J@TI UNDIP : JURNAL TEKNIK INDUSTRI*. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152>
- Nuryakin, Surwanti, A., & Wikana, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Rasa Percaya Pada Media Sosial. *Proceedings NCAB (National Conference on Applied Business)*.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOSERBA BOROBUDUR KEDIRI (STUDI KASUS PRODUK KECANTIKAN WARDAH). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- S, S. (2018). PENGARUH MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DAN PENGANTAR BISNIS

TERHADAP MOTIVASI DAN MINAT WIRAUSAHA (STUDY KASUS MAHASISWA AKADEMI AKUNTANSI PGRI JEMBER). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1755>

Sandikah, M. F. (2019). Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Fasilitas Terhadap Volume Penjualan di Shafira Tour & Travel Sidoarjo. *Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.

Soegoto, A. S., & Emor, R. Y. (2015). PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK, DAN SERVICESCAPE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET TANJUNG BATU. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.8715>

Utomo, H. (2015). MENUMBUHKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN SOSIAL. *Among Makarti*.

Watrianthos, R., Sutrisno, E., Hasibuan, A., Chandra, E., Sudarso, A., Muliana, T., Hery Pandapotan Silitonga, S. P., & Widyastuti, R. D. (2020). Kewirausahaan dan Strategi Bisnis. In *Penerbit Yayasan Kita Menulis*.

William, & Aripadono, H. W. (2020). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia. *Teknika*. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i1.269>