

DAFTAR PUSTAKA

- Anggar, P. P. K. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)* [Skripsi]. Universitas Diponegoro.
- Anggraeni, F. (2016). Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket Ptc Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan (Survei Terhadap Iklan Honda Versi Band Nidji “One Heart”). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), 75–84.
- Arkana, E. D., Hidayati, N., & Zamzam, N. A. N. (2024). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Detergen Attack Cv Borobudur Prima Sejahtera Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5(7), 1–13.
- Cuandra, F., Angeline, C., Herwanto, J. F., & Putri, S. T. (2022). Penerapan Manajemen Operasional Pt Astra Honda Motor Sesuai Perspektif Teori Manajemen Di Masa Pandemi. *Jurnal OPTIMA*, 6(2), 1–13.
- Dewi, I. K. (2018). *PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN BISNIS ONLINE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka)* [Skripsi]. Universitas Brawijaya.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63–76. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>

- Ellisya, R. (2019). PENGARUH DISPLAY, PRICE DISCOUNT, DAN BONUS PACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT SUNCITY SIDOARJO. *Repository STIE Mahardhika*.
- Evyanto, W., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada PT. Mitra Krida Perkasa. *JURSIMA*, 11(1), 195–200.
- Herawati. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area* [Skripsi]. Universitas Medan Area.
- Hermawan, F. T. (n.d.). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi). *STIE Indonesia*, 1–17.
- Isman, I., & Laksana, J. (2021). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha FinoKecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo). *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1).
- Jamaluddin, Dio, A., Tiffany, Syamsuddin, J. V., Valencia, & Saputra, H. (2023a). Analysis of the Effect of Discounts, Promotions and Consumer Confidence on Honda Car Purchase Decisions at PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3017–3024.
- Jamaluddin, Dio, A., Tiffany, Syamsuddin, J. veronica, Valencia, & Saputra, H. (2023b). Analisis Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda pada PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3017–3024.

- Lesmana, V. C., & Ginny, P. L. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pemberian Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia. *ECo-Sync: Economy Synchronization*, 1(2), 65–76.
- Liana, L., Arafat, Y., & Rachmawati, D. W. (2022). Analisis Penjualan Kendaraan Bermotor di PT. Honda Lestari Motorindo Palembang. *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.36706/jp.v9i1.16888>
- Maharani, H. P., Aulia, J., Matondang, K. A., & Simamora, L. G. B. (2024). Literature Review: Pengaruh Diskon dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Permintaan Konsumen. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 54–62.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pund*, 1(1), 57–66.
- Minnema, A., Bijmolt, T. H. A., & Non, M. C. (2017). The impact of instant reward programs and bonus premiums on consumer purchase behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 194–211. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.08.001>
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(1), 84–95.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi keputusan pembelian: kualitas produk, persepsi harga dan promosi (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
- Pasuhuk, M. N., Soegoto, A. S., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Lifestyle Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Merek Toyota Calya Di Pt. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1663–1674.

- Putra, E. (2016). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Merek dan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Pasaman Barat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(3), 165–168.
- Rohman, C. S., Saputro, A. H., & Mubarak, D. A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Honda New Adv 160 Series Di Dealer Wijaya Abadi Kopo Sayati Di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1516–1527. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1372>
- Romansyah, R., & Amirulmukminin. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Konsumen Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(6), 430–446.
- Sairun, A., & Sugito. (2023). The Effect of Price Discount, Store Atmosphere and Bonus Pack on Purchase Decisions (Study on Carefour Consumers). *ProBisnis : Jurnal Manajemen*, 14(2), 329–334.
- Sutessia, K. J. (2022). *Pengaruh Free Gift, Cash Back, Dan Reward Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Pada Perusahaan Leasing (Studi Kasus Pada Pt. Wahana Ottomitra Multiartha Tbk)* [Skripsi]. Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Suwarno, B. (2020). An empirical examination of price discount, bonus pack, and instore display on consumers' purchase intention. *International Journal of Science and Business*, 4(2), 303–314.
- Tumanggor, J. N. J., Sembiring, R., & Saragih, H. (2025). Pengaruh Harga, Promosi dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopeefood. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2310-2317.

- Tolisindo, J. (2017). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara* [Skripsi]. Universitas Lampung.
- Utomo, D. C., Ariningsih, E. P., & Saputra, M. H. (n.d.). *Pengaruh Potongan Harga, Pemberian Hadiah, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Purworejo*. 1–19.
- Widodo, A. (2020). *ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, IN-STORE DISPLAY, DAN COSTUMER SATISFICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Superindo Kartasura)* [Skripsi]. UMS.
- Widyasari, N. P. K. A., Gede, I. G. K., & Rumini, N. L. P. I. (2018). Strategi Pelayanan pada PT Astra Internasional, Tbk –Honda Sales Office Cokroaminoto. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 13–23.
- Yulfianto, Y. (n.d.). *Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ramayana Department Store Mall Dinoyo City)*. 1–13.
- Yunizar, R., & Aminah, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Mayjend Sungkono Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1616–1622.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1861>
- Yusup, M. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)* [Skripsi]. Universitas Diponegoro.
- Zacharias, Y. A., & Lao, H. A. (2024). The effects of discounts and bonus packs on impulse buying for consumers of Ramayana Flobamora Mall Kupang. *Journal of Practical Management Studies*, 2(1), 15–25.