

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). the Influence of Products and Promotions on Purchasing Decisions Mediated in Purchase Motivation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 152–161. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.17>
- Alawwahiy MSAS. (2022). *Potongan Harga* 2. 10–28.
- Alghifari, A. f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Ambassador, P. B., Beli, M., & Testimoni, D. (2019). *Brand Ambassador* ,. 8(1), 21–34.
- Amelia, N. A. R. (2020). Analisis Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Darmawan, A., & Prabawani, B. (2020). PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Pendahuluan Pesatnya perkembangan teknologi telah merubah sebagian besar aspek kehidupan manusia , berbasis teknologi informasi yang biasa disebut dengan financial technology atau FinTech . Melihat. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–10.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Diana dan Tjiptono. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Dirgantaran, M. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Matahari Departemen Store Mall Panakukang Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Kota Makassar. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 7–105.
- Haitao, N. (2022). *ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION , PURCHASE INTEREST AND MARKETING PERFORMANCE ON PURCHASE*. 3(4), 693–702.
- Herman, H., Suprayetno, J., & Witiyastuty, H. (2021). the Effect of Prices and Promotions on Purchasing Decisions At Pt Putra Usaha Mandiri. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(3), 253–268.

- <https://ije3.esc-id.org/index.php/home/article/view/35>
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2).
- Ii, B. A. B. (2018a). *Bab ii kajian pustaka 2.1*. 8–22.
- Ii, B. A. B. (2018b). *Bab ii kajian pustaka 2.1*. 16–35.
- Ittaquallah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). *The Effects Of Mobile Marketing , Discount , And Lifestyle On Consumers ' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace*. 9(03), 1569–1577.
- Lee, J. E., & Yu, J. H. C. (2018). Effects of price discount on consumers ' perceptions of savings , quality , and value for apparel products : mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- Leni Anggriani, N., & Hamali Yusuf, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada Pt Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Journal of Management*, 3(Juni), 14.
- M.Sesaria. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Management, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Rengat, I. S. (2022). *Jurnal Manajemen dan Bisnis THE EFFECT OF PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS MEDIED BY CONSUMER BUYING INTEREST IN SMALL MEDIUM BUSINESS BANANA AND ONION CHIPS IN RENGAT DISTRICT*. 11(1), 136–140.
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.340>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Prasetyo, E. B., Zen, F., Malang, U. N., Malang, U. N., & Malang, U. N. (2020). *The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer ' s Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee*. 124, 633–643.
- Pratiwi, T., Lubis, P. S., Suwaryu, L., & Kusnanto, D. (2022). The Effect Of Promotion And Quality Service On Purchase Decisions At Gramedia World Karawang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 149–160. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1181>
- Puspita, C. M., Budiarmo, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.). *Pendahuluan Kerangka Teori. IX(Iii)*, 268–275.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Putra Pratama, A., & Yoedtadi, M. G. (2021). *Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee*. 5(1), 204–209.
- Rahmani, N. A. B., Nasution, J., & Alfiani, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diskon Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of

- Mouth Sebagai Variabel Moderating pada Toko Mustika Hijab. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1016–1033. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i3.3964>
- reminta lumban batu, cindy monica, bela nadila aprilia. (2019). the Effect of Promotion and Price on the Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 4 No. 1/ April 2020 ISSN 2579-4892 Print/ ISSN 2655-8327 Online*, 4(1), 1–10.
- Rindi, R., Nilowardono, S., & ... (2021). The influence of product quality, brand image and promotion on the purchase decision of 3second fashion. *Journal of World Conference*, 3(6), 549–556. <http://proceedings.worldconference.id/index.php/prd/article/view/402%0Ahttp://proceedings.worldconference.id/index.php/prd/article/download/402/204>
- Rohmah, M. N., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Celebgram Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Maybelline Store Paragon). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 643–651. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29019>
- Salma, F. A., Saryadi, S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 758–763. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36079>
- Sandi, S. (2020). Display Produk, Diskon Harga Dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi*, 2004, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4118>
- Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>
- Sharfina Febriany. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GORIDE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Pelanggan Goride di Kemayoran Jakarta Pusat)*. 22–29. [http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4364%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4364/5/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4364%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4364/5/BAB%0AII.pdf)
- SIANIPAR, R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Melalui Aplikasi Shopee Di Kota Medan. November 2020*. [http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5769%0Ahttps://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/5769/ROTUA MAHDALENA SIANIPAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5769%0Ahttps://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/5769/ROTUA%0AMAHDALENA%0ASIANIPAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Study, C., & Customer, S. (2020). *The Effect Of Product Quality And Promotion Of Customer Satisfaction With Interest In Buying As An Intervening Variable*. 1–22.
- Suharni Rahayu. (2022). The Effect Of Brand Image and Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 256–264. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.455>

- Suyoto, Y. T. (2022). *JURNAL JAMAN Vol 2 No.3 Desember 2022, pISSN: 2(3)*, 128–137.
- Trimulyani, S., & Herlina, N. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Pada Lazada Di Masa Pandemi Covid-19. *Liaison Journal of Best*, 1(2), 47–58.
- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia*, 46–58.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Wulandari, N. (2020). Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) terhadap Keputusan Impulse Buying pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart. *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru*, 11671201478, 77. <http://repository.uin-suska.ac.id/27250/>
- Yogi, I., Pranata, I., Wahab, Z., Widiyanti, M., Rosa, A., Manajemen, M., & Sriwijaya, U. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE Top 10 E-Commerce di Indonesia Kuartal I Tahun 2020 dengan melihat posisi Lazada masih menduduki posisi ke 4 yang menunjukkan*. 1–8.