

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, K. V., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. . (2022). Strategi Digitl Marketing Pada Usaha Mikro Dan. *Jurnal Cafetaria*, 3(1), 24–35.
- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Bandung:Alfabeta*.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agisnawati. (2021). *Diskon produk*. 7–24.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- 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.
- Amalia, N. R., & Saryadi, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Tiket.Com. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 1–5. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21057>
- Aulianiar. (2020). The Pengaruh citra merek,diskon dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAAnD)*, 2(2), 20–27. <https://doi.org/10.46757/demand.v2i2.114>
- Baskara. (2019). Pengaruh Potongan Harga (DISCOUNT) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (IMPULSE BUYING)(studi pada pengunjung Matahari Department StoreJohar PlazaJember).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Guepedia.com.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Dian, S., & Prajanti, W. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11.
- Elini, E., & Syaifullah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan

- Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 40–56. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.650>
- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.
- Fitrotin, R. R., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1492–1500. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1492-1500>
- Ghozali. (2018). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ghozali. (2020). *Buku 25 Grand Theory: Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis Untuk Landasan Teori Skripsi*.
- Hartadi, W. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 90–99. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4097>
- Haryati, I. J. & N. (2022). *Manajemen Pemasaran* (E. Setiawan (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Hermawan. (2020). *Pengujian Hipotesis melalui Uji t Parsial*. 20.
- Imaningsih, E. S., & Rohman, S. (2018). Imaningsih dan Rohman: The Model of Product Quality, Promotion, Price and Purchase... THE MODEL OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, PRICE, AND PURCHASE DECISIONS. In *Jurnal Ekonomi: Vol. XXIII* (Issue 02).
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Ismail. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), 111–124.
- Jefri, A. (2020). *Digital Marketing* (N. Artha (ed.)). Edulitera.
- Jihan, D. &. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M.

- (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Kosmetik, P., Kota, K., Desti, I., Putri, D., Yulianti, O., & Yusnita, Y. (2023). *The Effect of Discounts , Promotions , and Purchase Intention , on Cosmetic Purchasing Decisions at the Equatorial Store , Bengkulu City Pengaruh Diskon , Promosi , dan Minat Beli , Terhadap Keputusan*. 3(4), 753–756.
- Kotler, P. & K. (2016a). *Marketing Manajemen*. Pearson Education, Edisi 16.
- Kotler, P. & K. (2016b). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 1–19.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global / Harman Malau*.
- Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)*(Vol.11,Issue1).
- Musriah, N., Khojin, N., Aisyah, N., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Oleh- Oleh Sa ' cekele Ketanggungan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 53–67.
- Novita, A. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 728–737.
- Noviyanti, N. (2022). Implementasi Penetapan Harga Diskon dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu (Studi Kasus Sepatu Crocodile di Matahari Departement Store Citylink). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(4), 439–444. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.401>
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 15(2), 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>

- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.331>
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>
- Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tivul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Ramadhan, M., Nugroho, A., Kilisuci, B., & Chandra, K. (2023). *PELATIHAN PROGRAM PEMASARAN DAN SOCIO PRENEUR ERA DIGITAL DI TANGERANG*. 4(2), 5460–5464.
- Rizki, R. F. W., Agus, R., & Marpaung, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Inovasi Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Umkm Kuliner. *Prosiding*

Konferensi Nasional..., 2022, 183–190.

- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. . (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Masa COVID-19 (Studi: Konsumen Kopi Kenangan Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 11(1), 1242–1252.
- Safri, H., Ihsan, M. A. Al, Ekonomi, F., & Labuhanbatu, U. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Variasi Produk , Gaya Hidup , Promosi Diskon , Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Trendz Shoes & Bag Rantauprapat*. 8(1), 199–207.
- Safrillia, D., Arifin, R., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aplikasi Shopee (Studi Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Universitas Islam Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Salam, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut Di Cv Seneng Bareng Sejahtera. *Manajerial*, 6(01), 82. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v6i01.866>
- Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Tjybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66.
- Sanjaya, S. (2015). (3,578> 1,664) dan variabel merek (X2) T. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print)*, 16(02), 108–122.
- Siregar. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Manajemen Tools*, Vol. 8 No(2), 87–96. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117/99>
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 4(1), 46–53.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran* (N. Ilminingrum (ed.)). CV PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. www.cvalfabet@yahoo.com.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Sukri, N. A. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri, Pelatihan dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Satuan Polisi*

Pamong Praja Kota Parepare”.

- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE>
- Tjiptono. (2016). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI dan DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BELANJA ONLINE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Whila, A., & Munawaroh, R. S. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Sarang Burung Walet Di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 393–402. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v16i2.453>
- Yenni Arfah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (Bincar Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Nasional.
- Yuni, R. L., Broto, E. B., & Simanjorang, S. F. E. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Management*, 8(3), 387–400. journal.stiemkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6158/4121

- A.M, K. V., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. . (2022). Strategi Digitl Marketing Pada Usaha Mikro Dan. *Jurnal Cafetaria*, 3(1), 24–35.
- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Bandung:Alfabeta*.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agisnawati. (2021). *Diskon produk*. 7–24.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- 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.
- Amalia, N. R., & Saryadi, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Tiket.Com. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 1–5. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21057>
- Aulianiar. (2020). The Pengaruh citra merek,diskon dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAnd)*, 2(2), 20–27. <https://doi.org/10.46757/demand.v2i2.114>
- Baskara. (2019). Pengaruh Potongan Harga (DISCOUNT) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (IMPULSE BUYING)(studi pada pengunjung Matahari Department StoreJohar PlazaJember).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Guepedia.com.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Dian, S., & Prajanti, W. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11.
- Elini, E., & Syaifullah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 40–56. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.650>

- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.
- Fitrotin, R. R., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1492–1500. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1492-1500>
- Ghozali. (2018). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ghozali. (2020). *Buku 25 Grand Theory: Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis Untuk Landasan Teori Skripsi*.
- Hartadi, W. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha Yzf-R25 Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 90–99. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4097>
- Haryati, I. J. & N. (2022). *Manajemen Pemasaran* (E. Setiawan (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Hermawan. (2020). *Pengujian Hipotesis melalui Uji t Parsial*. 20.
- Imaningsih, E. S., & Rohman, S. (2018). Imaningsih dan Rohman: The Model of Product Quality, Promotion, Price and Purchase... THE MODEL OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, PRICE, AND PURCHASE DECISIONS. In *Jurnal Ekonomi: Vol. XXIII* (Issue 02).
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Ismail. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), 111–124.
- Jefri, A. (2020). *Digital Marketing* (N. Artha (ed.)). Edulitera.
- Jihan, D. &. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–

29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>

- Kosmetik, P., Kota, K., Desti, I., Putri, D., Yulianti, O., & Yusnita, Y. (2023). *The Effect of Discounts , Promotions , and Purchase Intention , on Cosmetic Purchasing Decisions at the Equatorial Store , Bengkulu City Pengaruh Diskon , Promosi , dan Minat Beli , Terhadap Keputusan*. 3(4), 753–756.
- Kotler, P. & K. (2016a). *Marketing Manajemen*. Pearson Education, Edisi 16.
- Kotler, P. & K. (2016b). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 1–19.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global / Harman Malau*.
- Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)*(Vol.11,Issue1).
- Musriah, N., Khojin, N., Aisyah, N., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Oleh- Oleh Sa ' cekele Ketanggungan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 53–67.
- Novita, A. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 728–737.
- Noviyanti, N. (2022). Implementasi Penetapan Harga Diskon dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu (Studi Kasus Sepatu Crocodile di Matahari Departement Store Citylink). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(4), 439–444. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.401>
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta Di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 15(2), 24. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*,

5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>

- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.331>
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>
- Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Ramadhan, M., Nugroho, A., Kilisuci, B., & Chandra, K. (2023). *PELATIHAN PROGRAM PEMASARA N DAN SOCIO PRENEUR ERA DIGITAL DI TANGERANG*. 4(2), 5460–5464.
- Rizki, R. F. W., Agus, R., & Marpaung, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Inovasi Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Umkm Kuliner. *Prosiding Konferensi Nasional...,2022*,183–190.
- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. . (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Variasi Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Pada Masa COVID-19 (Studi: Konsumen Kopi Kenangan Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 11(1), 1242–1252.
- Safri, H., Ihsan, M. A. Al, Ekonomi, F., & Labuhanbatu, U. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Variasi Produk , Gaya Hidup , Promosi Diskon , Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Trendz Shoes & Bag Rantauprapat*. 8(1), 199–207.
- Safrillia, D., Arifin, R., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aplikasi Shopee (Studi Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Universitas Islam Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Salam, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut Di Cv Seneng Bareng Sejahtera. *Manajerial*, 6(01), 82. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v6i01.866>
- Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66.
- Sanjaya, S. (2015). (3,578 > 1,664) dan variabel merek (X2) T. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print), 16(02)*, 108–122.
- Siregar. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Manajemen Tools, Vol. 8 No(2)*, 87–96. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117/99>
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 4(1), 46–53.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran* (N. Ilminingrum (ed.)). CV PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. www.cvalfabet@yahoo.com.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Sukri, N. A. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri, Pelatihan dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Parepare*.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan*

- Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE>
- Tjiptono. (2016). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI dan DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BELANJA ONLINE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Whila, A., & Munawaroh, R. S. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Sarang Burung Walet Di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 393–402. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v16i2.453>
- Yenni Arfah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (Bincar Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Nasional.
- Yuni, R. L., Broto, E. B., & Simanjorang, S. F. E. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Management*, 8(3), 387–400. journal.stiemkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6158/4121