

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Herry Buchori, dan Djaslim, Saladin. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.
- Alex, Nitisemito., (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Pustaka setia, Bandung.
- Alghifari, A. Y., & 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. *Derivatif: 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), 404-414.
- Ardiansyah, A., & Nurdin, H. (2020). PENGARUH DISKON DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA STIE BIMA). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 5(2), 136-146.
- Astuti. 2017. *Perbedaan Eektivitas Pemberian Diskon Harga dan Pemberian Merchandise Unik dalam Memunculkan Perilaku Pembelian Impulsif pada Remaja*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Gadjah Mada.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15).

Belch, George E dan Michael A. Belch. 2012. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspectives, Global Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISKON, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MAHARANI PRIMA SKIN CARE DI BLITAR. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.

Efendi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Facebook Sebagai Social Media Marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(1), 82-87.

Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). Pengantar Manajemen. Deepublish.

Fitriya, H., & Yani, E. A. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih perguruan tinggi ekonomi islam (studi kasus: stei sebi). *Jurnal ekonomi dan perbankan Syariah*, 2(1), 99-130.

Hikmawati, F. (2017). Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Pers.

Ibrohim, D. M., Widodo, J., Wahyuni, S., Zulianto, M., & Kantun, S. (2021, May). The effect of instagram as social media marketing on students' comsumtive behavior (case study of students' in faculty of economics and business university of jember from 2016 to 2019 generation). In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 747, No. 1, p. 012098). IOP Publishing.

- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (cetakan 1). Indonesia: Refika Aditama.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Machfoedz, M. (2015). Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi. Yogyakarta, Indonesia : BPF
- Marzuq, M. A., & Andjarwati, A. L. (2020). Label Produk, Iklan Emosional, dan Diskon serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(4), 1222-1232.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika, 3(1), 6–15.
- Nasib, S. Z. R. D. A. H. (2021). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Produk, Promosi dan Kepercayaan pada PT. Weedo Niaga Global. Ekuivalensi, 7(1), 48-57.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. Jurnal Abdi Ilmu, 12(2), 101-111.
- Oktaviana, M., Nurhalim, A. D., & Hernawati, E. (2021). An Analysis Of Go-Food, Grabfood, And Shopeefood Utilization To Improve Customer Loyalty On

Home-Based Business Owners In Tangerang City. PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 19 (3), 1482–1490.

Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2013. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.

Priyatno, D. (2017). Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS. Jakarta: Andi.

Riduwan. (2015). Dasar-Dasar Statistika. Bandung: Alfabeta.

Rosmaniar, A., Wandoyo, R., Kusuma, A., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Diskon dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian. Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMANd), 2(2), 20-27.

Sanusi, A. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar.(2012). Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.

Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). Perilaku Konsumen: edisi revisi. Kencana.

Setiyowati, A., & Kustijana, D. H. (2017). Pengaruh Discount Price, In-Store Display dan Sales People Terhadap Pembelian Impulsif dengan Impulse Buying Tendency Sebagai Variabel Moderasi. J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia), 1(1), 1-17.

Sudaryono. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Banten: Andi.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Sutisna. (2012). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya

Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo W, 2002, Pengantar Bisnis Modern, Edisi Ketiga, Liberty. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Andi.

Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). Jurnal Ekonomis, 14(2b).

Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). Ekonomi Mikro Islam. Bandung: Pustaka Setia.

