

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (1st ed). CV Pustaka Setia.
- Amalia. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Terhadap Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu Di Kota Solo*. Jurnal Pendidikan Akuntansi.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1), 660–669.
- Ana, N., Rijal, S., Dinar, M., & Hasan, M. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Price Discount terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Oriflame*. Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Bisnis, 2(3), 260–267.
- Arief Rakhman Kurniawan. (2018). *Dasar-Dasar Marketing* (1ed). QUADRANT.
- Asrizal Efendy Nasution, M. T. L. (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.
- Astuti1, R., Abdullah, I., & 1, 2 Fakultas Ekonomi, U. M. S. U. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di*

Usaha Mikro Kecil Menengah. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, P. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (1st ed.). Nasya Expanding Management.

Eko Sudarmanto, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, Rolyana Ferinia, Marisi Butarbutar, Leon A Abdilah, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Sukarman Purba, Ika Yuniwati, A Nururrochman Hidayatulloh, Irawati HM, N. F. S. (2021). *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV Andi Offset.

Ita Rahmawati, Lailattus Sa'adah, N. A. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack Dan In Store Display Serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Jatmiko, U. (2021). *Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Melalui Alokasi Dana Desa*. Nasya Expanding Management.

Juli Ismanto. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed). UNPAM PRESS.

Kholid Albar, M. (2021). *Monograf Manajemen Retail Dan Kewiraniagaan*. Guepedia.

Kotler, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

- Kumala & Fageh. (2022). *Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB), 6(1), 11.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis ?* PT. Gelora Aksara Pratama. Erlangga.
- Lestari, D. O., Millenia, A., Sanjaya, V. F., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2021). *Pengaruh Discount Terhadap Minat Beli Di Toko ALDILLA*. Jurnal Manajemen Bisnis UMSU. 1(1), 54–60.
- Listighfaroh, M. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya*. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 1–17.
- Mariana Simanjuntak, Erbin Chandra, Syafrida Hafni Sahir, Sunday Ade Sitorus, Mochamad Sugiarto, H Cecep, Arfandi SN, Andriasan Sudarso, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Sukarman Purba, Eko Sudarmanto, S. S. (2021). *Kewirausahaan: Konsep Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nana Triapnita Nainggolan, Munandar Munandar, Andriasan Sudarso, Lora Ekana Nainggolan, Fuadi Fuadi, Puji Hastuti, Dewa Putu Yudhi Ardiana, Acai Sudirman, Dyah Gandasari, Nina Mistriani, Aditya Halim Perdana Kusuma, Astri Rumondang, D. G. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.

- Ndari, D. P. (2015). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot*. Jurnal Administrasi Bisnis. 3(3), 612–625.
- Nur Kholidah dan M. Arifiyanto. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Nasya Expanding Management.
- Prasetyono, A. S., Suyono, J., Artaya, I. P., & (2021). *The Impact of Promotion and Price on Purchase Decision Consumers at Marketplace Shopee*. Journal of Integrated, 04(02), 79–86.
- Prihartono, R. M. S. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, 4(1), 106–113.
- Rosad, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.
- Shinta, A. (2020). *Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern*. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).
- Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(3).
- Sumarsih. (2021). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)*. Media Sains Indonesia.

- Surapati, U., & Syariful Mahsyar. (2019). *Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Syafril. (2019). *Statistik Pendidikan* (1st ed). KENCANA.
- Yuvira, I. A., Yamin Siregar, M., & Sabrina, H. (2021). *The Influence of Price and Product Differentiation on Purchase Decisions for Suzuki Satria Fupada Suzuki Sunindo Motorcycles, Amplas Medan Branch*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 81–85.
- Zahroh, R., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1111–1117.