

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ghozali (2016:95). 2016. ghozali Karunia. (2016). No Analisis Struktur Kovarian Indikator Terkait Kesehatan pada Lansia yang Tinggal di Rumah dengan
- Kotler, &, and Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran (12th Ed.)*. PT Indeks.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran (T. Fitriastuti & Kiswanto, Eds.)*. Mulawarman University Press.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. C.V andi offset(Penerbit andi).
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV, ALVABETA.
- Sudiyono. 2018. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Malang.
- Tjiptono, F. 2018b. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 4. ed. Andi. Yogyakarta.

JURNAL

- Adinda, Amaura Astri. 2021. "PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store Di Kota Bandung)." *Manajemen Pemasaran*: 15–33. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/>.
- Arisandi & Yuwono. (2023). Pengaruh harga, brand image dan promosi terhadap keputusan pembelian virtual item *game* online mobile legend2829-6109_2_4_2023-5. https://doi.org/2829-6109_2_4_2023-5.
- Ali, S. 2020b. "Pembelajaran Daring Di Tengah WabahCovid-19 (Online Learning in the Middle of the Covid-19 Pandemic)." *BIODIK: JurnalIlmiah Pendidikan Biologi* 06: 215-224. <https://doi.org/10.22437/bio.v6i2.9759>.
- Anggraeni, A., and K. Jonathan. 2021. "Exploring Factors Affecting Intention to Purchase Virtual Goods in Online Game s, *ACM Digital Library*." : 206–2011. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3457640.3457652>
- Bloom, Nicholas, and John Van Reenen. 2020. "Bab 2 Xx." *NBER Working Papers*: 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon

- Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hermanto Joesoef. 2021. “Analisis Keputusan Pembelian Online Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis, Dan Pelayanan.” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 4(1): 180–89. <http://www.ojsrustek.org/index.php/SJR/article/view/261>.
- Kurniawan, and Bayu. 2022. “Pengaruh Produk, Harga, Dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas ThriftDulduldul).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Lystia, Caroline, Rut Winasis, Halimah Sandra Widiyanti, and Baruna Hadibrata. 2022. “Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Umum Manajemen Terapan* 3(4): 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>.
- Marlius, Doni, and Nadilla Jovanka. 2023. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji.” *Jurnal Economina* 2(2): 476–90. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>.
- N.R1, Dina Amalia Khoirun, Laily Muzdalifah2, Nadia Nur Lailatul R3, Thalita Al, Faustina4, and Deny Ardiansyah5. 2024. “Jurnal Pemasaran Bisnis MODERN Jurnal Pemasaran Bisnis.” 6(2): 134–48. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Nusantara, UM (nd). 1 Pengaruh E- WOM Kolabo..., Andreas Kevin Trigun a, Universitas Multimedia Nusantara, 1–13. https://kc.umn.ac.id/id/eprint/22839/3/BAB_1.pdf
- Sandi, Sulaiman. 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>.
- Singarimbun dan Effendi (2006). 2020. “Metode Penelitian.” *Lecture.Id*: 10–35. <https://lektur.id/arti-intensitas/>.
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Prokurasi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184. Diakses dari. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

SKRIPSI

Cahyani, Putri Dwi, Nadia Utami, and Sekar Bibit Lestari. 2022. "Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian."

Muchidin, D. J. (2016). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indosat Ooredoo. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Putri, Meissy Triana. 2022. "Pengaruh Flash Sale Dan Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Pekanbaru)." *Skripsi*: 19–20.

Miva, F. H. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian -Bang *Virtual Goods Mobile Legends Bang* Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Pada Siswa SMA Sinar Husni Helvetia Medan