

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Indah Lestari, N. 2021. Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14–30. <https://doi.org/10.30656/jm.v11i1.2550>
- Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. 2021. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. 2021. Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>
- Sonata, Ilham. 2019. Pengaruh *Price Discount* Dan *In-Store Display* Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara
- Dian Puspo Ndari. 2015. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada UD Upindo Raya Cabang Tanah Grogot. *Jurnal Administrasi*. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/08/eJournal%20-%20\(dhian\).Adm%20Bisnis%20\(08-14-15-08-42-10\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/08/eJournal%20-%20(dhian).Adm%20Bisnis%20(08-14-15-08-42-10).pdf)
- Anggun Prabarini, Budi Heryanto, Puji Astuti 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <https://ojs.unik>
- Ahmad Salim, Riche Fermayani 2021. Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsife Konsumen Matahari Departement Store Padang. *Jurnal Menara Ekonomi*. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/2836/pdf>
- Prihastama, Brian 2016. Pengaruh Price Discaount dan Bonus Pack terhadap Ipulse Buying pada Pelanggan Minimarket (Studi pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta). <https://eprints.uny.ac.id/35466/>
- Rizky Y.S Emor & Agus Supandi Soegoto. 2015. Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek dan *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal EMBA*. 738-748

- Baskara, I. B. (2018). *Pengaruh Potongan Harga(Discount) terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)*. Department of Management FEB UMM.
- Ely Arinawati, S. P. (2021). *Penataan Produk*.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement Di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung*. Menara Ilmu
- Ghozali, I. 2016 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurnianingsih dan Sugiyanto 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia*. *Jurnal Universitas Pamulang*. Vol. 1, No. 1 .
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rumangkang, S. F. 2014. *Potongan Harga dan Lingkungan fisik Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manado*. *Journal EMB*, Volume 2 Nomor 4 (hlm. 675-687).
- Riduwan. 2015. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Prihastama, B. V. (2016). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket (skripsi tidak dipublikasikan)* Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sudarma gito, 2018. 2021. *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sonata, Ilham. 2019. *Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: