

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (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.
- Alqamari, M., Cemda, A. R., & Yusuf, M. (2021). Keefektifan Lama Perendaman Benih dengan Indole Acetic Acid terhadap Pertumbuhan Bibit Cabai Merah (*Capsicum annum* L.). *Agrikultura*, 32(2), 182. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v32i2.33330>
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Dinawan, Muhammad Rhendria, S. (2016). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX, 335–369.
- Dirgantara n, M. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Matahari Departemen Store Mall Panakukang Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Kota Makassar. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 7–105.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 77–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.256>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Ii, B. A. B. (2019). *Bab ii landasan teori 2.1*. 8–28.
- Jabid, A. W., Runtunuwu, P. C. H., & Soamole, B. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fashion Online. *Sebatik*, 27(1), 30–36. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2208>
- Jalaludin, Ahmad. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Referensi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 21 No.6
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Munandar, Alif. (2010). Faktor-Faktor Pemilihan Jasa Program Travel Agent. *Jurnal Riset dan Manajemen*, 12-14.
- Pembelian, K., Kepuasan Pelanggan, D., & Online, B. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap*. Prof. Dr. Sugiyono. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rasyid. (2014). No Title. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 8(33), 44.
- Saty, M. F. (2013). Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk, Layanan Pelanggan Terhadap

Keputusan Pembelian Garmen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(8), 1–19.

Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada gofood di Jakarta. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 2010(marketing mix), 5–24.