

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., & Muhammad, K. (2021). Impact of promotional tools on consumer buying behavior: A case of FMCG industry. *Journal of Marketing Strategies*, 3(1), 44–67.
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223.
- Anggelina, R. T. (2021). Analisis pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2).
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap minat beli pada toko online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118 .
<https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>, diakses 29 April 2025.
- Creatormedia.my.id. (2024). Pengertian metode penelitian menurut para ahli. <https://creatormedia.my.id/pengertian-metode-penelitian-menurut-para-ahli/>, diakses 12 Mei 2025.
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran timeliness dalam meningkatkan customer satisfaction dan customer loyalty PT. JNE. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Somrin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan, Ed). Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiyanah, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, & Marhamah, S. (2023). Pengaruh content marketing, sales promotion, personal selling dan brand image terhadap minat beli pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management and Economics Research*, 1(2), 75–92.
- Hariyadi. G. T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 16–32.

- Hasim, D., Kusumo, N., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat. *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 550–562.
- Hermansah, N. R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli pada konsumen Indomaret di wilayah Surabaya. *Performa*, 8(5), 467–477.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mishra, M., Kushwaha, R., & Gupta, N. (2024). Impact of sales promotion on consumer buying behavior in the apparel industry. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2310552.
- Nofita A.N., Istiasih, H. & Darmayanti, S. (2024). Pengaruh strategi promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Alfamart Tulungagung. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 9, 197–209.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan minat beli produk Shopee melalui celebrity endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Reda Samudera. (2024). Definisi kuesioner menurut para ahli. <https://redasamudera.id/definisi-kuesioner-menurut-para-ahli/>, diakses pada 12 Mei 2025.
- Samir, A. Y. (2023). The effect of sales promotion techniques on consumers' purchase intentions: Applied on hyper markets. *The Scientific Journal for Commercial and Environmental Studies*. <https://doi.org/10.21608/jces.2023.337596>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Serupa.id. (2022). Populasi dan sampel penelitian serta teknik sampling. <https://serupa.id/populasi-dan-sampel-penelitian-serta-teknik-sampling/>, diakses pada 12 Mei 2025.
- Setiagraha, D., Junianto, M., & Muharramah, U. (2023). Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang. *JMEC: Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91.

- Sinaga, S. A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Lokaria Coffee Shop (Skripsi, Universitas Medan Area).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syafrizal, R., Sitorus, A. P. F., Zebua, S. A., Syahira, D. F., Nada, Q., Dwina, S. R. Sapawi, M. I., & Aprinawati. (2024). Pengaruh strategi diskon terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret dan Alfamart di kawasan Unimed. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 356–369.
- Syarifuddin, Mandey S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran*. (J. B. Maramis, Ed.). CV. Istana Agency, Yogyakarta.
- Tambahpintar.com. (2023). Studi pustaka: Pengertian, tujuan, dan cara melakukannya. <https://tambahpintar.com/studi-pustaka/>, diakses Pada 12 Mei 2025.
- Tumonggor, K. K. R., & Sudjiman, P. E. (2022). Pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Alfamart Braga, Jalan Barga No. 66, Kota Bandung. *EKONOMIS: Jurnal Ekonomis dan Bisnis*, 15(1), 77-95.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen menggunakan transportasi online. *Jurnal EMBA*, 10(4), 511–521.
- Youssef, S. A., Elsamadicy, A., & Negm, E. (2023). The effect of sales promotion techniques on consumers' purchase intentions. *Applied on Hyper Markets*, . *والبيئية التجارية للدراسات العلمية المجلة*, 14(4), 1328–1363.