

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F., Sani, I., & Febrian, W. D. (2025). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Ardiansyah, R., & Prasetyo, D. (2021). Pengaruh promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 112–120.
- Fadilah, W. N. R., & Putra, Y. M. (2024). Efektivitas fungsi pemasaran, falsafah pemasaran, dan pengembangan produk pada entitas bisnis PT. AEON Indonesia. Universitas Mercu Buana.
- Hamdani, M. (2022). The effect of selling prices and discounts on purchasing power and customer loyalty (Marketing Management Review Literature). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(1), 114–123. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i1>
- Kim, E. L., & Tanford, S. (2020). Turning discounts into profits: Factors influencing online purchasing decisions for hotel add-on items. *Cornell Hospitality Quarterly*, 61(3), 1–17. <https://doi.org/10.1177/1938965520935397>
- Kim, T. K., & Park, J. H. (2019). More about the basic assumptions of t-test: normality and sample size. *Korean Journal of Anesthesiology*, 72(4), 331–335. <https://doi.org/10.4097/kja.d.18.00292>
- Kotler, P. (2022). *The Battle between Commercial Marketing and Social Marketing*. *Social Marketing Quarterly*, 28(4), 325–331. <https://doi.org/10.1177/15245004221136334>
- Lestari, F., & Ramadhan, M. (2022). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian pemasaran. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 89–96.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan diskon terhadap keputusan pembelian mahasiswa Yogyakarta di Shopee. *Albama Jurnal Bisnis Administrasi dan Manajemen*, 15(2), 24–34. <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ecodemica*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>

- Putra, R. D., & Lestari, N. (2021). Pengaruh promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 6(2), 115–124.
- Rianto, W. (2023). Pengaruh merek dan kebijakan harga terhadap keputusan pembelian (Survei pada pengunjung yang membeli dan mendapatkan diskon musiman terhadap produk Inspired27 di Kota Malang).
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis minat beli konsumen terhadap program kursus Bahasa Inggris di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*.
- Sarjana, S., Widiana, I. N. W., Verawaty, Mashadi, Umar, M. A., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., & Fauzan, R. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi. ISBN 978-623-8004-79-9.
- Setiawan, E. (2024). Analisis pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian Athena Skincare pada platform TikTok Shop. *K&k Jurnal Manajemen*, 3(2), 643–658. Universitas Katolik Musi Charitas. P-ISSN 2808-4667 | E-ISSN 2986-6626.
- Smith, J. A., & Doe, L. B. (2022). Consumers' digital shopping experience. *Journal of Digital Marketing*, 15(3), 45–60. <https://doi.org/xxxx>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wahyuni, S. (2015). Perilaku konsumen dan pengambilan keputusan pembelian. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 1–10.
- Wahyuni, S., & Pratiwi, D. (2025). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di era e-commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 174–182.
- Wibowo, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis dan Sosial*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wulandari, F. (2020). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian konsumen di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112–120.
- Yermitha, Husbah, & Hidayat. (2025). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pakaian. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 22–30.