**DAFTAR PUSTAKA**

Afif, M dan Krisdianto, 2020. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi di Jombang, *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, Vol. 3, No. 1,* Agustus 2020, Program Studi Manajemen, STIE Kartanegara Malang.

Agustina, Armereo dan Fitri, 2020. *Praktikum Statistik.* Cetakan Pertama. Kota Malang: Ahli media Press (Anggota IKAPI: 264/JTI/2020).

Al Ahror, Ubaidillah. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Milkmoo, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 3,* Maret 2017, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.

Aldy, Rochmat. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.* Cetakan Ketiga. Ponorogi Indonesia: CV. Wade Group.

Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Anang, 2020. *Pengantar Marketing.* Cetakan Pertama. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.

Anggun Parabarini, Budi Heryanto, Puji Astuti, 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Brobudur Kediri, *JIMEK, Vol. 1, No. 2,* Desember 2018, Fakultas Ekonomi, Universitas Kediri.

Anita, Yulya Muharmi, Sri Tria Siska, 2018. Penentuan Tingkat Minat Belanja Online Melalui Media Sosial Menggunakan Metode Clustering K-Means, *Rang Teknis Journal, Vol.1, No 2,* Juni 2018, Fakultas Teknis UMSB.

Anwar, Rosian dan Adidarma, Wijaya. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Belanja Online, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 14, No. 2,* Juni 2016, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

Arfani Bahar dan Herman Sjaharuddin, 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang, *Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol.3,* September 2015, Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya Makassar.

Asdiansyuri, Ulfiyani. 2020. Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Online Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stie Amm Mataram), *Jurnal Kompetatif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 6, No. 2,* September 2020, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram.

Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Autoprawira, bagas herlambang dan Retnawati, berta Bekti. 2020.Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli melalui Variabel Citra Merek Produk Piero (studi pada followers Instagram @piero\_jateng\_diy), Fokus Ekonomi, *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 15, No. 1,* Juni 2020.

Baskara, Indra Bayu. 2018. Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember), Department of Management FEB UMM.

Chaplin, J.P. 2002. *Kamus Psikologi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Christiani, Lintang Citra. 2018. Dimensi Mcdonalisasi Lazada Online Mall: Sebuah Model Modernisasi Sistem Belanja*, Jurnal Komunikasi dan Kajian Media, Vol. 2, No. 1,* April 2018, Universitas Tidar.

Darmadi, 2017. *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.

Dedy dan Dita, 2018. Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No. 2, 2018,* Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara.

Didin dan Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan).* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Djaali, 2018. *Psikologi Pendidikan.* Edisi 1. Cetakan Ke 11. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ernawati, Diah. 2019.Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung, *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7, No. 1,* 2019, Parbanas Institute.

Fadila, Rahayu dan Harry, 2019. *Penerapan Metode Naïve Bayes dan Skala Likert pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa.* Cetakan Pertama. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.

Ferdiansyah, M dan Hidayat, Saiful. 2020. Membangun Aplikasi Pemasaran Produk untuk Meningkatkan potensi Daerah pada Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran, *Onesismik, Vol. 4, No. 2,* 2020, Program Studi Teknis Informatika, STMIK Tunas Bangsa, Bandar Lampung dan Program Studi Manajemen Informatika, AMIK dian Cipta Cendikia, Bandar Lampung.

Geovani Sianipar dan Murni Marbun, 2020. Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jumlah Diskon Produk Pada PT. Indomarco Prismatama Beringin 5-7 Tembung Menggunakan Metode SAW, *Jurnal Of Informatic Pelita Nusantara, Vol. 5, No. 1,* Maret 2020, Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Jalan Iskandar Muda No. 1 Medan.

Hamid, 2017. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Cetakan Ke 1. Makassar: CV. Sah Media.

Harum Al Rasyid dan Agus Tri Indah, 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tanggerang Selatan, Perspektif, *Vol. 16, No. 1,* Maret 2018, AMIK BSI Jakarta dan ASM BSI Jakarta.

Hasan Sazali dan Fakhrur Rozi, 2020. Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial, *Jurnal Simbolika Research and learning in Communication Study, 6 (2),* Oktober 2020, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia.

Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode.* Cetakan Pertama. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

Indra Bayu Baskara, (2018), *Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember),* Department of Management FEB UMM.

I Wayan Sudangga Aditya dan Made Jatra, 2019. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Pengalaman Belanja Online, dan Akses Informasi Terhadap Niat Beli Ulang (Studi pada Pembelian Online sepatu sepak bola merk specs di Kota Denpasar), *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4,* 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Irsa Egi Lestari, Mahdiyah Fitriyah, dan Riska Fitri Rahmawati. 2019. Penggunaan Koin Shoppee dalam Jual Beli Salam di Shoppee, *El-Qist, Vol. 9, No. 1,* 2019 UIN Sunan Ampel Surabaya.

Juri & Suparno, 2020. *Pendidikan dan Politik.* Jember, Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi (Anggota IKAPI).

Khairinal, 2017. *Pengantar Bisnis.* Salim Media Indonesia (Anggota IKAPI).

*Kotler* dan *Keller,* 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

*Kotler, Philip* dan Gary *Armstrong,* 2012. *Principles Of Marketing 14E.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kurniati, 2015. *Kewirausahaan Industri.* Edisi Ke 1, Cetakan Ke 1. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.

Mamik, 2015. *Metodologi Kualitatif.* Cetakan Pertama. Taman Siduarjo: Zifatama Publisher. Anggota IKAPI No. 149/JTI/2014.

Masruri, 2015. *Membangun Toko Online dengan Joomla & j2 store.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

*Meigie* Putri Dalihade, James D. D Massie, dan Maria V. J Tielung, 2017. Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado, *Jurnal EMBA, Vol. 5, No.3,* September 2017, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Meldarianda dan Lisa, 2010. Pengaruh *Store* *Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Café Atmosphere* Bandung, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 17, No. 2,* Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Mendrofa, Natanael Arya Nanda dan Sunaryanto, Lasmono Tri, 2020. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online di Pasar Tradisional Kota Semarang (Studi Kasus pada Konsumen Situs Tumbasin.id), *Agrika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, Vol. 14, No. 1,* Mei 2020, Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Moh. Usman Kurniawan, dan Firman Ashadi, 2018. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jember, *EcoSocio: Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial, Vol. 2, No. 2,* November 2018, IKIP PGRI Jember.

Morissan, 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta: Kencana Perdana.

Nasrudin, Juhana. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan (buku ajar praktis cara membuat penelitian).* Bandung: PT. Panca Terra Firma.

Nazamuddin, 2020. *Memahami Makroekonomi Melalui Data dan Fakta.* Cetakan Pertama. Banda Aceh, Aceh: Syiah Kuala University Press.

Nikolaus, 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta, *JBMA, Vol. 4, No. 2,* September 2017, Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta.

Permana, Ade Indra. 2020.Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Onlie Bukalapak, *Ekonomi Bisnis, Vol. 25, No. 2,* Januari 2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh Yusuf Tanggerang.

Pradana, Aria Ahmad dan Wahyuningsyha. Retno Yustini. 2019. Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang, *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 2, No. 1,* April 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.

Priansa, Donni Juni. 2016. Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada,*Ecodemica,* *Vol. 4, No. 1,* April 2016, Universitas Telkom.

Putra, Nobel Ibrahim. Pangestuti, Edriana dan Devita, Lusy Deasyana Rahma. 2018. Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Implusif Pada Fashion Retail (Survei Online Pada Konsumen Matahari Department Store di Malang Town Squaere), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 61, N0. 4,* Agustus 2018, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.

Rahmat S.E., M.M. 2018. Kontribusi Potongan Harga Terhadap Penjualan pada Lianco Mandiri Coorporate (LMC)-Liano Group Tapanuli Selatan, *Vol. 6, No. 3,* Edisi Oktober 2018, Dosen Program Studi Manajemen FE-UGN Padangsidimpuan.

Riska Asnawi Nyonyie, J,A,F. Kalangi dan Lucky F. Tamengkel, 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9, No. 3,* 2019,Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto, 2015.Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu, *Jurnal EMBA, Vol. 3, No, 2,* Juni 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Sari, 2015. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sarwandi, 2016. *Joomla 3.5 Untuk Pemula.* Macam-macam Perangkat Lunas CMS.

Satria, Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2, No. 2,* April 2017, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputara Surabaya.

Selviana dan Setyowati, Retno Budi. 2019. Pengaruh sikap belanja online terhadap trust melalui mediator kepuasan pelanggan, *IKRAITH-HUMANIORA, Vol. 3, No. 2,* Juli 2019, Universitas Perseda Indonesia YAI.

Senny Febiola Rumangkang, Olivia Syanne Nelwan dan Irvan Trang, 2014. Potongan Harga dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian anak Pada Matahari Megamas Manado, *Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 4,* Desember 2014, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Sigit, Kharisma Nawang dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah, *Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 21, No. 1,* Januari 2017*,* Departemen Magister Manajemen Program Pascasarjana dan Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang.

Silvia Buyung, Silvya L. Mandey dan Jacky, 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian produk semen Tiga Roda di Toko Lico.

Simmamora, Henry. 2010. *Manajemen Pemasaran Internasional.* Jilid II, Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Siregar, Budi Gautama. 2018. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Takzir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu sosial dan Keislaman, Vol. 04, No. 1,* Juni 2018, IAIN Padangsidimpuan.

Siyoto dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian.* Cetakan 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Slameto, 2015. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&B.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sujanto, Raditia Yudistira. 2017. Csr Internal Manajemen Bukalapak Sebagai Bentuk Investasi Sosial dan Peningkatan Kualitas Komunikasi Sosial Internal Perusahaan, *Jurnal Komunikatif, Vol. 6, No. 2,* Desember 2017, Universitas Aisyiyah Yogyakarta.

Sukardi, 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Supangkat, Aditya Hangga 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 9,* September 2017*,* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.

Suparyanto dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: In Media.

Suri Amalia dan M. Olan Asmara Nst, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6, No. 1,* Mei 2017, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.

Susanto, Singgih. 2019. *Mahir Statistik Parametrik, Konsep dasar dan Aplikasi dengan SPSS.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI.

Syofian, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS.* Edisi Pertama. Jakarta: Kencana (Divisi dari Prenamedia Group).

Tarjo, 2019. *Metode Penelitian.* Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Budi Utama. Anggota IKAPI.

Umar Bakti, Hairudin dan Maria Septijantini Alie, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung, *Jural Ekonomi, Vol. 22, No. 1,* Februari 2020, Universitas Mitra Indonesia.

Ummu Habibah dan Sumiati, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetikwardah di kota Bangkalan Madura, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1,* Maret 2016, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.

Utomo, Ayub A. 2019. Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang produk cacat berdasarkan Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *Lex Privatum, Vol. 7, No. 6,* Juli-September 2019.

Veronika, Jihan dan Hikmah, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam, *Jurnal of Management, Acconting, Economic and Business, Vol. 01, No. 02,* 2020, Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam, Batam.

Wahab, 2015. *Psikologi Belajar.* Edisi Ke 1, Cetakan Ke 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda.

Wijaya, Petra Surya Mega dan Teguh, Christina. (2012), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop Specialis Guess, *JRMB, Vol. 7, No. 2,* Desember 2012, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Yusuf dan Lukman, 2018. *Analisis Data, Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan.* Cetakan Pertama. Bogor: PT. Penerbit IPB Press. Anggota IKAPI.