

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Ekonomi Unmul*, 23(3), 454–462.
- Aryanti, R. N. (2020). *Pengaruh Intensitas Waktu dan Isi Pesan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan Serta Penggunaan media informasi internal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Dan Kebutuhan Afektif Karyawan PT. Dirgantara Indonesia (Persero)*. 26–28.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). 済無No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 7(2), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Duha, T., & Buulolo, P. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Arif Bina Karya Telukdalam. *Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 2(2), 29–34.
- Fadhilla, A., & Silmi, I. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Hotel Horison Bandung. *Repository.Upi.Edu*, 84, 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2019). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 53–68. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1722>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Hendi eka sumarga;hendra;sukma. (2021). Kata kunci: Entrepreneurial Skills, Competitive Advantage, Promosi, dan Keputusan Pembelian. *ECOBISMA(Juenal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 85.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>
- Natan Imanuel. (2022). *Volatilitas Return Saham Di Masa Pandemi Covid-19 : Suatu Analisis Berdasarkan Hari Perdagangan Dan Risiko Sistematis Pada Perusahaan Yang Termasuk Lq-45*. 28–37.

- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pagaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10. <https://osf.io/preprints/inarxiv/xz3d8/>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kantor, D. I., & Pati, P. O. S. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG. 11.*
- Kosanke, R. M. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Online Shop TRIPLAY.ID). *Dikky Saputro Margono*, 1–15.
- Kusuma, B. A., Primadani, B., & Putri, S. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND EQUITY.*
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Mahendra, A. (2018). *International Group Cabang Medan.*
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Murdiani, T., Asnusa, S., Herawati, H., & Rosiana Pasaribu, R. (2023). Pemberdayaan UMKM Simuley dalam Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Menulis Copywriting yang SEO-Friendly. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023*, 25–31.
- Murdiani, T., Asnusa, S., & Ramaputra, M. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Pilihan UMKM untuk Mendukung Upaya Digital Marketing. *Prosiding Seminar ...*, 117–125. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3256%0Ahttps://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/download/3256/1435>
- Mutia, I. N., & Safitri, H. M. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Bite & Co. Café Lamprit Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 2(2), 11–20. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v2i2.980>
- Indra Bayu Baskara. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember), 87–96.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115,

196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

Restuningtyaswidi, H., & Simamora, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Dan Sayur Terhadap Penggunaan Aplikasi Di Jabodetabek. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2), 39–54.

Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 313–324.

Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>