

Daftar Pustaka

- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anwar, R. N., & Aprillia, R. (2018). Pengaruh kepercayaan dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce fashion muslim hijup di jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 75-85.
- Barton, B., Zlatevska, N., & Oppewal, H. (2022). Scarcity tactics in marketing: A meta-analysis of product scarcity effects on consumer purchase intentions. *Journal of Retailing*, 98(4), 741-758.
- Chae, H., Kim, S., Lee, J., & Park, K. (2020). Impact of product characteristics of limited edition shoes on perceived value, brand trust, and purchase intention; focused on the scarcity message frequency. *Journal of Business Research*, 120, 398-406.
- De Bruijn, E. J., & Antonides, G. (2022). Poverty and economic decision making: a review of scarcity theory. *Theory and Decision*, 92(1), 5-37.
- Dulame, I. M., Jodi, I. W. G. A. S., Nurcholifah, I., Wibowo, S. E., & Abdurohim, A. (2023). Analisis Peran Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Sepatu Dengan Merek Vans. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1331-1344
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., & Anwar, F. N. A. (2020). Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung: Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 01-11.
- Fadillah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Merek, Asosiasi Merek, Dan Reputasi Merek, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Vans di Kota bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 223-231.
- Fahmi, M. R. Z. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Produk Fashion Local Brand Erigo dalam Memutuskan Pembelian Online melalui E-commerce Shopee. *Journal Of Accounting and Business*, 64-71.
- Fauzi, L. N., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Konsumen UMKM Habib Collection Kabupaten Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3692-3697

- Hamilton, R., Thompson, D., Bone, S., Chaplin, L. N., Griskevicius, V., Goldsmith, K., ... & Zhu, M. (2019). The effects of scarcity on consumer decision journeys. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 532-550.
- Imaroh, N., & Marlana, N. (2022). Pengaruh Brand Reputation Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 249-245.
- Japlani, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kota Metro Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 14(2).
- Kartika, F. N. (2019). The effects of perceived scarcity and anticipated emotions on purchase intention (A study on social commerce). *International Journal of Business and Administrative Studies*, 5(1), 9.
- Kurniawan, A., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mainan Wong Toy's. *Kalianda Halok Gagas*, 6(2), 125-137.
- Li, Y., Yao, J., & Chen, J. (2021). The negative effect of scarcity cues on consumer purchase decisions in the hospitality industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102815.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375-386.
- Mansur, T. (2018). Pengaruh Store Atmosphere dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(6), 655-663.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Patwayati., Nur, N., & Mashud, O. A (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Universitas Halu Oleo. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO)*. 4(1) 59-68.
- Permatasari, A. S., Listyorini, S., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Reputasi Merek dan Persepsi Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Pengunjung Hotel MG Setos Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 301-309.

- Prasetyo, R., & Elysa, H. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial dan Brand Image Produk Fashion terhadap Keputusan Pembelian pada Followers Instagram @Erigostore. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 20(02), 28-36
- Pratama, R. A., Hasanah, R. I., & Wibasuri, A. (2023, November). The Influence of Virtual Try-On on Cosmetic Purchasing Decisions in the Shopee Application with Intervening Variable Purchase Interest. In *Proceeding International Conference on Information Technology and Business* (pp. 76-80).
- Pratisti, C., & Paramitasari, N. (2023). The Effect Of Brand Trust And Brand Loyalty On Adidas Purchase Decision In Bandar Lampung. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 11(1), 86-94
- Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1).
- Santoso., & Sulistiono. (2018). Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, Dan Brand Liking Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*. 5(2). 074-152
- Saputra, M., Pratisti, C., Sari, N., & Paramitasari, N. (2022, December). Consumer Purchase Decisions on Food and Beverage Delivery Services on the GoFood Application. In *Proceeding International Conference on Information Technology and Business* (pp. 88-92).
- Saputra, M., Sari, N., Wahyuningsih, Y., & Lislindawati, L. (2023). Keputusan Pembelian Konsumen Gender Pria Di E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1527-1545.
- Sugiharto, N. A., Nurhayati, N., & Madani, F. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Online Customer Review Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia). *Pro Mark*, 11(2).
- Sumiyati, C., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Brand Reputation Dan Brand Liking Terhadap Keputusan Pembelian. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 22-28.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.
- Tamba, D., & Purba, A. M. (2023). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda:(Studi Kasus: Masyarakat Pengguna Mobil Honda di Kecamatan Medan Tuntungan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 148-163.
- Tjakraatmadja, A. T. N. (2019). Pengaruh reputasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online pada produk kosmetik di instagram. *Agora*, 7(1).
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Wijaya, D. O. P., Rakhmat, H. C., & Yusnita, R. T. (2022) Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Competitive*. 17 (1), 9-27

- Wulandjani, H., Thalib, S., Riskarini, D., & Oktrivina, A. (2023). Product Scarcity Strategy And Price Promotion To Purchase Intention: An Inverted U-Shaped Relationship. *Jurnal Manajemen*, 27(2), 321-340.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 559-573.
- Yuliyzar, I. (2019). Faktor Brand Awareness Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Nike Tiruan Di Home Industry Cikupa Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).