

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Jinan Hamqur. “Pengaruh Brand Image, Brand Reputation Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Tokopedia (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Indonesia).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Volume 9, no. 2 (2021): 1–13.
- Adistiana, Sherra, Rizki Utami, and Nina Wija Ratna. “Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah Di Kota Sukabumi.” *CAKRAWALA – Repositori IMWI 2*, no. 2 (2019): 40–49. www.topbrand-award.com.
- Afida, Afibatus, and M. Taufiq Zamzami. “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga.” *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 04, no. 2 (2020): 96–111.
- Agmeka, Fanni, Ruhmaya Nida Wathoni, and Adhi Setyo Santoso. “The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce.” *Procedia Computer Science* 161 (2019): 851–58. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>.
- Ajzen, Icek. “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>.
- Aldoreno, Reliano. “The Impact Of Discount Frame And Type Of Product On Purchase.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2021): 10–15.
- Andini, Praditha Nurul, and Martha Tri Lestari. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia.” *E-Proceeding of Management* 8, no. 2 (2021): 2074–82.
- Ardy, Herlin Millenia Yustika, and Rusdi Hidayat Nugroho. “Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Emina Cosmetics Di Bravo Swalayan Bojonegoro.” *Junal Ilmiah Indonesia* 7, no. 8.5.2017 (2022): 4820–21.
- Arnanda, Fiki Praditya. “Pengaruh Word of Mouth, Product Quality Aplikasi Shopee Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6, no. 1 (2022): 238. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.485>.
- Baskara, Indra Bayu. “Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember).”

- Manajemen Bisnis* 5, no. 2 (2015): 87–96.
- Bhatti, Anam. “Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention Wit the Moderating Role of Social Media in Pakistan.” *International Journal of Business Management* 3, no. 4 (2018): 50–58.
- Biel, Alexander L. “How Brand Image Drive Brand Equity.” *Journal Advertising of Research.*, 1992.
- Darmalaksana, Wahyudin. *Cara Menulis Proposal Penelitian*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandungg, 2020.
- Dewi, Siti, Sri Ratna, and Astrid Haryanti. “Upaya Marketing Public Relations Perusahaan- Perusahaan E-Commerce Terbaik Di Indonesia Dalam Mempertahankan Brand Reputation Di Mata Konsumen.” *Riset Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 3 (2019): 457–68. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1218157>.
- Durianto, Darmadi. *Inovasi Paasar Dengan Iklan Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Edeline, Jessica, and Maria Praptiningsih. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intetion Pada Produk Somethinc Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Media Sosial Instagram.” *Agora, Jurnal Mahasiswa Business Management* 10, no. 2 (2022): 1–7.
- Effriena Brilliany, and Anton P.W. Nomleni. “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2022): 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>.
- Fajri, Samsinur, David Malik, Harry Wahyudi, and Yulihardi. “Pengaruh Reputasi Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik Studi Pada Masyarakat Kota Padang.” *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 4 (2022).
- Ghozali, Imam. “Model Persamaan Struktural KOnsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24,” no. 7 (2004): 85.
- Hair, Joseph F, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. *Multivariate Data Analysis*. 6 editions. New Jersey: Prentice Hall, 2006.
- Hakim, Arif Rahman, Adithiya Wardhana, and M Si. “Pengaruh Iklan Di Televisi Terhadap Minat Beli Produk Indomie Rasa Mie Aceh Dengan Pendekatan Aida (Survei Pada Warga Kota Cimahi-Jawa Barat).” *E-Proceeding of Management* 6, no. 3 (2019): 6162–71. www.topbrand_award.com.
- Hakim, Ichlasul Naufal, Imam Nuryanto, Universitas Dian Nuswantoro,

- and Universitas Dian Nuswantoro. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2021): 10–16.
- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmu Dan Riset ...* 4, no. 3 (2019): 415–24. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>.
- Hermawan, Eric. “Competitive Strategy, Competitive Advantages, Dan Marketing Performance Pada E-Commerce Shopee Indonesia.” *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta* 1, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.7>.
- Hernikawati, Dewi. “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan.” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no. 2 (2021): 195. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4389>.
- Hyunsin, Shin. “The Role of Brand Reputation, Product Information and Discount Rate in MOBILE Advertisement.” *Journal of International Trade & Commerce* 12, no. 1 (2016): 49–64.
- Juhria, Aminatu, Nurtika Meinitasari, Fadel Iqbal Fauzi, Abdul Yusuf, and Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee.” *Jurnal manajemen* 13, no. 1 (2021): 55–62.
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia. “Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah.” *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 03 (2021): 39–49. <https://mand-ycmm.org/index.php/eabmij/article/view/81>.
- Khanza Zhafira, Ades, and Murwanto Sigit. “The Influence Of Discount Framing Towards Brand Reputation And Brand Image On Purchase Intention In Somethinc Products At Shopee.” *International Journal of Science* 4, no. 5 (2023): 1090–95. <http://ijstm.inarah.co.id>.
- Kinanty, Namirah Nazwa, and Salsabila. “Jual Beli Menurut Islam.” *Journal Of Economics Business Ethic and Science Histories* 1, no. 1 (2023): 95–100. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jual+beli+menurut+islam&btnG=.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

- Kotler, Philip, and Keller Lane Keller. *Marketing Management, 14th Ed.* Upper Saddle River, NJ Education Limited, 2012.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management.* 15th Editi. London: Perason Education, 2016.
- Kredivo. “Indonesian E-Commerce Consumer Behavior,” 2021. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2021/06/2021-Indonesian-e-Commerce-Consumer-Behavior-Report-compressed.pdf>.
- Laten, Hengky. *Model Persamaan Struktural Teori Dan Implementasi AMOS 21.0.* Bandung: Alfabeta, 2013.
- Lisda Anisa Putri, and Albari Albari. “Pengaruh Positif Penggunaan Bingkai Diskon Terhadap Reputasi Merek, Citra Merek, Dan Minat Beli Ulang Di Toko Online Shopee.” *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 1, no. 5 (2023): 105–20. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v1i5.462>.
- Listyawati, Indri Hastuti. “Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen.” *Jbma* 3, no. 1 (2016): 62–70.
- Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Mahyarni, Mahyarni. “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku).” *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Makkiyah, Hilmiyatul, and Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Niat Beli Lang Merek Kosmetik Lokal Untuk Remaja Dengan Pengalaman Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 2 (2023): 337–51.
- Mannheim, Karl. “The Problem of Generation.” *Essay on the Sociology of Knowledge* 24, no. 19 (1952): 276–332.
- Mardiana, Nella Ria. “Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina.” *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 53, no. 9 (2019): 1689–99. www.journal.uta45jakarta.ac.id.

- Mulyanto, Heru, Rasipan Rasipan, and Meli Andriyani. "Reputasi Dalam Mendorong Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen Produk Makanan Umkm Di Cileungsi." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 15, no. 2 (2018): 121. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i2.270>.
- Musay, Fransisca Paramitasari. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 3, no. 2 (2013): 1–7.
- Mustomi, Dede, Aprilia Puspasari, and Ayu Azizah. "Analisis Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19." *Jurnal Penelitian* 4, no. 2 (2020): 289–97.
- Nabilaturrahmah, Ananda, and Salim Siregar. "Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, Dan e-WOM Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Pada Followers Instagram @somethincofficial." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 7 (2022): 41–49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6534500>.
- Nasution, Eri Yanti, Prawidya Hariani, Lailan Safina Hasibuan, and Wita Pradita. "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Jesya* 3, no. 2 (2020): 508. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>.
- Oktaviana, Tiara, Meriyati, and Choirunnisak. "Analisis Pemberian Diskon Jum ' at Sabtu Minggu (JSM) Terhadap Minat Beli." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)* 1, no. 3 (2023): 837–46.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 3rd ed. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- Patmawati, Neneng Sri, and Rinaldi Syarif. "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 3, no. 3 (2020): 73–83. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1041/832>.
- Priansa, Doni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2017.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto. "Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)." *Jurnal Ilmu Administrasi* 38, no. 2 (2016): 184–93.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rahmansyah, Muhammad Rinno, and Wahdiyati Moko. "Konsumen Yang

- Dimediasi Brand Reputation Dan Brand Image (Studi Pada Konsumen Shopee).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 9, no. 2 (2121).
- Ratama, Niki, Munawaroh, and Sri Mulyati. “Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital.” *Abdi Jurnal Publikasi* 1, no. 1 (2022): 6–12. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/index>.
- Rizky, Muhammad Fakhru, and Hanifa Yasin. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.” *Jurnal Manajemen & Bisnis* 14, no. 02 (2014): 1–23.
- Rokhmawati, Heru Noor, Heru Kuncorowati, and Lalu Supardin. “Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta.” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11, no. 1 (2022): 515–26.
- Saidani, Basrah, Lisa Monita Lusiana, and Shandy Aditya. “Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee.” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 10, no. 2 (2019): 425–44.
- Sandy, Eugenius, and Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Reputasi Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Di Blibli.Com.” *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis* 8, no. 4 (2022).
- Santara, Marsha Vella, and Heidy Arviani. “Strategi Marketing Communications Melalui Emina Girl Gang Ambassador Oleh Emina Cosmetics Di Masa Pandemi Covid-19” 9, no. 2 (2023).
- Sari, Niken Permata, Bahri, and Ardhi. “Buying Behavior in Online Food Delivery Applications During the Covid-19 Pandemic.” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga* 7, no. 1 (2022): 1211–31. <https://doi.org/10.20473/jraba.v7i1.36182>.
- Sari, Saidah Putri. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (2020): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Savitri, Dian Eka. “Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, Dan Brand Liking Terhadap Trust in Brand Pada Konsumen Laptop Asus Di Purworejo.” *Volatilitas* 2, no. 1 (2020): 1–16.
- Selnes, Fred. “An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty.” *Journal of Marketing* 27, no. 9 (1993): 19–35.
- Setiawan, Anggi, and Dewi Murtiningsih. “Pengaruh Social Media Marketing , Brand Trust , Brand Reputation Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

- Budi Luhur Jakarta).” *Jurnal Unrika* 1, no. 1 (2018): 1–8.
- Shakti, Diska Nabella, and Sri Zuliarni. “Pengaruh Price Discount Framing Intention Pada Ramayana Department.” *Journal of Applied Business Administration* 3, no. 1 (2019): 132–47.
- Sheehan, Daniel, Hardesty, Alexander Ziegler, and Haipeng Chen. “Consumer Reactions to Price Discounts Across Online Shopping Experiences.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 51 (2019): 129–38.
- Sigit, Hermawan, and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Simangunsong, Elisabeth, Ria Veronika Sinaga, and Yosefa Pasca Ulina Manihuruk. “Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 22, no. September (2022): 314–33. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2138>.
- Subagio, Dyajeng Puteri Woro, and Sri Hestari. “Price Discount: Pengaruhnya Terhadap Online Customer Review Dan Purchase Intention Pada Konsumen Online Marketplace Platform Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 09, no. 1 (2021): 15–25.
- Sudyasjayanti, Christina, and Vivian Lie. “Pengaruh Mediasi Positive Emotion Pada Sales Promotion Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Gen Z Pengguna Shopee Di Kota Surabaya.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2022. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.19265>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2001.
- Sujarweni, V. Wiratna. *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- Supriyadi, Edy. *SPSS+Amos*. Jakarta: IN MEDIA, 2014.
- Syahrum, and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Tangka, GC, HN Tawas, Loh Dotulong, Givent Christine Tangka, Hendra N Tawas, Lucky OH Dotulong, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen. “Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomu UNSRAT Angkatan 2018.” *Jurnal Emba* 10, no. 1 (2022): 383–92.
- Tasya, Safari &. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Reputasi Merek

- Terhadap Minat Pembelian Smartphone Import Samsung Di Kota Jakarta Timur.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 3 (2023): 449–60.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. 2nd ed. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- Tsaqila, Utami Qaulan, Asep Muhammad Ramdan, and Resa Nurmala. “Analysis of the Role Online Customer Review in Mediating Online Customer Experience Relationships to Increase Marketplace Rating.” *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 1 (2023).
- Waluyo, Minto. *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi SEM*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur, 2016.
- Waluyo, Minto, and Mochammad Rachman. *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2020.
- Wang, Shu, Ying Kai Liao, Wann Yij Wu, and Khanh Bao Ho Le. “The Role of Corporate Social Responsibility Activities in Employees’ Perception of Brand Reputation and Brand Equity.” *Case Studies in Chemical and Environmental Engineering* 7 (2023). <https://doi.org/10.1016/j.cscee.2023.100313>.
- Waziana, Winia, Ricco Herdiyan Saputra, Noca Yolanda Sari, Kasmi Kasmi, and Desta Aulia. “Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis.” *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 107–12. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>.
- Yuliyzar, Ismayudin, and Shely Devi Enjelita. “Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Daya Tarik Iklan Dan Label Halal Produk Lipcream Emina Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang.” *Dynamic Management Journal* 4, no. 1 (2020): 1–17. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i1.2477>.