

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Afifuddin. (2013). Dasar-Dasar Manajemen. Bandung: Alfa Beta.
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA Vol.5 No.2*, 1781-1792.
- Andiyanto., Ato'illah, M. dan Fauziah, Anisatul. (2019). Price and Brand Image Analysis of Interest in Buying Re Madjank Store Brand Products. *Progress Conference Vol.2 No.2*, 251-254.
- Anggraeni, Ayu Puspa. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung. *Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- Aptaguna, A. dan Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Vol.3*, 49-56.
- Ardiansyah, Rian. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Suzuya Mall Setui Banda Aceh. *Universitas Muhammadiyah Aceh*.
- Awallia, Diah Lailatul. (2018). Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo. *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Belch, G. E. dan Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York: Pearson Education.
- Dadah, Al. (2018). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Universitas Pasundan*.

- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Eka, D., Putri, Y. H. dan Karim, S. (2018). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.16 (2), 89-98.
- Ferdinand, A. (2014). *Structural Equation Modelling (Edisi ke-5)*. Semarang: UNDIP.
- Fitri, Dessi Cahya. (2017). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying di Giant Ekstra. Universitas Komputer Indonesia.
- Frangklyn, Benjamin. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Sepatu Precise. Kalbis Institute.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke-7)*. Semarang: UNDIP Press.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. dan Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: UNDIP Press.
- Ghristian, Ignatius Danu. (2016). Pengaruh Harga Diskon, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Minat Beli Celana Jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business and Banking* Vol.5 No.2, 319-336.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Gustiana, Yayang. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. Universitas Pasundan.
- Iriawan, Praditya. (2019). Pengaruh Lingkungan Toko dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Yogya Departemen Store Kosambi. Universitas Pasundan.

- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic Brand Management (4th Edition)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2015). *Principle of Marketing*. 15th Edition. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2013). *Principles of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. Person Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. New Jersey: Publishing as Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Kristinawati, Yulia Erika. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Matahari Department Store Kediri*. Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri.
- Lestari, P. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro*. Universitas Pasundan.
- Lucas, D. B. dan Britt, Stuart H. (2003). *Advertising Psychology and Research*. New York: McGraw-Hill.
- Martono, Nanang. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Maulidia, S. I., Rachma, N. Dan Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Fashion Raisya Bandar Lampung. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 63-76.
- Mauludi, Ali. (2016). *Teknik Belajar Statistika 2*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Mendrofa, K. J. dan Sabar, Mudji. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Domain .ID. Universitas Mercu Buana.
- Molan, Benyamin. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Media.
- Naibaho, Agnes dan Yuliati, Ai Lili. (2017). Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Body Mist. *Jurnal Computech & Bisnis* Vol.11 No.1, 25-38.
- Nawawi. (2014). *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi*. Yogyakarta, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul. dan Olson, Jerry. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). The Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri's Batik. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol. 7 No.1, 9-17.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, E. W., Kumadji, S.dan Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.38 No.2, 184-193.
- Putra, K. M. Y. & Sari, P. K. (2016). Pengaruh Verifikasi Keamanan Online Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen. *e-Proceeding of Management* Vol.3 No.3, 2905-2914.
- Ramadhan, Afif G. dan Santosa, Suryono B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan

- sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management* Vol.6 No.1, 1-12.
- Ratih, Ajeng Setya dan Ramadhan, Tinton. (2019). Pengaruh Physical Evidence dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Macan Jakarta. *Kalbis Institute*.
- Roza, Lia. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Buku Zanafa Pekanbaru. *JOM FISIP* Vol.6: Edisi II, 1-15.
- Saladin, Djsalim dan Buchory, Herry Achmad. (2013). *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Sari, Devid Ulva. (2017). Pengaruh Price Discount, Sales Promotion dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying pada PT Matahari Departement Store TBK Panakkukang Makassar. *UIN Alauddin Makassar*.
- 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.1, 45-53.
- Setiawan, Aziz. (2015). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Return on Asset (ROA) Perusahaan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setyanigrum, Ari. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Subagiyo, Rokhmat. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiarto, Budi Utomo dan Subagio, Hartono. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.2 No.1, 1-14.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitaf dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian dan Pengembangan. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (Edisi ke-21).
Bandung: Alfabeta.

Sutisna. (2002). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung:
Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu dan Handoko, Hani. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisa dan
Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian).
Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. (2016). Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit
Andi.

Wu, Paul C.S., Yeh, Gary Y-Y. dan Hsiao, C-R. (2011). The Effect of Store Image
and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private
Label Brands. Australasian Marketing Journal 19, 30-39.

Yunafiroh, Risqika. (2019). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan
Display Terhadap Peningkatan Impulse Buying Konsumen di Toko
Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung. Institut Agama
Islam Negeri Tulungagung.

Yusuf, Y. H., Maulida, Z. dan Munawar, Al. (2018). Pengaruh Potongan Harga
Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat di
Pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh. Jurnal Si-Men STIES Vol.9
No.2, 11-19.

Badan Pusat Statistik. (2020). <https://www.bps.go.id/>. 5 Maret 2020.

Intan, Kenia. (2019). Potensi Pasar Industri Kacamata Dalam Negeri Makin Lebar.
<https://industri.kontan.co.id/news/potensi-pasar-industri-kacamata-dalam-negeri-makin-lebar>. 5 Maret 2020.

Kusnandar, Viva Budy. (2020). Inilah Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia 2020.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/02/inilah-proyeksi-jumlah-penduduk-indonesia-2020>. 5 Maret 2020.

Pelaku Bisnis. (2018). Menguak Tiga Besar Penyumbang Perekonomian Ekraf. <http://pelakubisnis.com/2018/07/menguak-tiga-besar-penyumbang-perekonomian-ekraf/>. 5 Maret 2020.

Putra, Cifra Nadia. (2018). Data Statistik dan Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif. <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif>. 5 Maret 2020.

Ridho. (2017). Dampak Perangkat Digital, Makin Dini Usia Harus Gunakan Kacamata. <https://duta.co/dampak-perangkat-digital-makin-dini-usia-harus-gunakan-kacamata>. 5 Maret 2020.

