

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, P. D., Winarno, W. W., & Henderi, H., 2018. Evaluasi Penerapan SIMRS Menggunakan Metode HOT-Fit di RSUD dr. Soedirman Kebumen. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 2 (1), 46.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Influence of Discount Framing Towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851– 858.
- Aisyah, S. (2021). Analisis Peranan Auditor Internal terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal*, 3(2), 198-206.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alhuda, S. (2021). Strategi Pemasaran Ayam Kampung di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 189-206.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amiruddien, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2021). Evaluasi Tingkat Penerimaan Sistem Manajemen Aset Menggunakan Metode HOTFIT. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 11(2), 87–96.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15-31.
- Anggraini, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Bombboogie Pt Kreasi Cipta Dwimanunggal Semarang*. Diakses: Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Anisah, S., & Wahjono, S. I. (2023). *Mengkaji Kelebihan dan Kelemahan E-Commerce Shopee Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Surabaya, March, 1-18, Researchgate.
- Antara. (2025). Shopee raih predikat brand terbaik 2025 di Indonesia versi YouGov. <https://www.antaraneews.com/berita/4638393/Shopee-raih-predikat-brand-terbaik-2025-di-indonesia-versi-yougov>.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, Aand Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas

- Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Supermaket Rungkut Surabaya. *Ekonomi, Management & Accounting Research Journal Global*, 3(1), 36–46.
- CNN Indonesia. (2023). Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-Shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>.
- Davidson, H., Suwanto, S., Nasikah, D. (2021) Pengaruh Country of Origin dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Import di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 2(2).
- DelVecchio, D., Henard, D. H., & Freling, T. H. (2006). The Effect of Sales Promotion on Post-Promotion Brand Preference: A Meta-Analysis. *Journal of Retailing*, 82(3), 203–213. Dimyati, J. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 893–899.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hariyanto, F, L (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2(5), 1-16.
- Indonesia, S, I. (2025). Optimistis Industri E-Commerce Tumbuh Pesat di 2025, Shopee Memperkuat Ekosistem Surabaya. *Ekonomi*, 03(01), 36–46. <https://industri.kontan.co.id/news/optimistis-industri-e-commerce-tumbuh-pesat-di-2025-Shopee-memperkuat-ekosistem>.
- Janna, N, M. (2020). *Variabel dan skala pengukuran statistik*. Researchgate.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller K, L., Brady, M., Goodman. M., Hansen, T., (2019), *Marketing Management*. Pearson UK.

- Malik, A., Mr. Dhyani, B., Tabuena A, C., (2023). Effect of Brand Image of a Company on Consumer Purchase Intention. *Journal of Informatics Education and Research*, 3(2), 1526-4726.
- Mamesah, P. R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 302.
- Ma'ruf, A. H., Syafii, M., & Kusuma, A. P. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Mind Mapping Berbasis HOTS terhadap Motivasi dan Hasil Belajar Siswa. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(3), 503–514.
- Maulana, A., Halim, H., & Yeni, Y. (2024). Pengaruh Harga Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Ardymart Palembang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 3974–3980.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan: The Effect of Discounts and Bonuses on Purchases of Indomaret Serbelawan Minimarket Consumers. *Jurnal Ekonomi Universitas Simalungun*, 2(1).
- Nasution, E, Y., Hariani, P., Hasibuan, L, S., Pradita, W., (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(2),
- Nasution, H, F. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Paraswati, S., & Riofita, H. (2024). Diskon sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 8(3), 46457-46461.
- Permana, A. S., (2023). *Pengaruh Discount Framing terhadap Niat Pembelian melalui Reputasi Merek dan Citra Merek pada Produk Kahf*. Diakses: Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Pratama, H, P., & Setiadi, I, K. (2021). Pengaruh Work Life Balance Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Milenial Perusahaan Startup di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. 4(2), 145-159.
- Putra, E, W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store

- Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 184-193.
- Puspita, A., Finanta, D., & Sinulingga, C, R, I. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi E-Commerce Shopee. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 105-115.
- Putri, E, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Bayi (Studi Kasus Toko Istana Bayi Jalan Arifin Achmad No 88 ABC Pekanbaru, Riau)*. Diakses : Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Putri, L, A., & Albari (2023). Pengaruh Positif Penggunaan Bingkai Diskon terhadap Reputasi Merek, Citra Merek, dan Minat Beli Ulang Di Toko Online Shopee . *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*. 1(5), 105-120.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51.
- Razy, F. F., & Lajevardi, M., (2015). Investigating Relationship between Brand Image, Price Discount and Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 17, 49-56.
- Sahami, F, M., & Hamzah, S, N. (2020). Diversifikasi Olahan Cumi Kering “Cumkring O500” Di Desa Olimoo'O Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(3), 281–289.
- Saksana, D, A. (2019). *Pengaruh Diskon dan Pelayanan terhadap Minat Mendaftar Mahasiswa Baru Program Sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta Kampus Cikeas*. Diakses: Skripsi. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- Sausan, Y, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat menggunakan Accurate Online yang Dimediasi oleh Variabel Kemudahan Penggunaan*. Diakses: Skripsi. Universitas Raden Mas Said Surakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Sholihah, Z., Syahputri, W, A., Kamila, E, R (2025). Pengaruh Diskon dan Promosi pada E-commerce terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unusida Angkatan 2021). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 14-23.
- Siswanti, T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Sosial Ekonomi terhadap Pemanfaatan Digital Payment dengan Budaya sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*, 8(1).
- Sudaryanto, Handriyono, Ariantiwi, S., (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth (e-wom) and Discount Framing on Purchase Intention

- Avoskin Products with Brand Image as a Mediation Variable. *Journal of Innovations in Business and Industry*, 3(2), 33-40.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suwianto., Pelawi, P. (2019). “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk melalui Media Online”. *Jurnal Field of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(2), 68.
- Tarmizi, P. (2024). *Pengaruh Framing Diskon terhadap Niat Beli dengan Reputasi Merek sebagai Mediasi pada E-commerce Shopee*. Diakses: Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulfah, A., Hermina, D., Huda, N. (2024). Desain Instrumen Evaluasi yang Valid dan Reliabel dalam Pendidikan Islam Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(12), 855-861.
- Victoria, E., & Edalmen (2024). Peran Kepuasan Kerja sebagai Mediasi pada Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 6(3), 580-589.
- Wandira, L (2025). Optimistis Industri E-commerce Tumbuh Pesat di 2025, Shopee Memperkuat Ekosistem. Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/optimistis-industri-e-commerce-tumbuh-pesat-di-2025-Shopee-memperkuat-ekosistem>.
- We Are Social & Meltwater. (2023). Laporan Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia 2023. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Indonesia-e-Commerce-Behaviour-Report.pdf>.
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 910–918.
- Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195–211.
- Zhafira, A, K., Sigit, M., (2023). The Influence of Discount Framing Towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention in Somethinc Products at Shopee . *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(5), 2722-4015.