

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). Manajemen Pemasaran. Cet. Ii. In *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Abubakar, H. R. (2021). *Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Adrian, & Nilasari, P. (2022). The Implementation of Product Diversification, Discount, Store Atmosphere Towards Consumer's Buying Interest. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen FORKAMMA)*, 5(3).
- Ahmad, A., & Mahmud, S. (2024). Pengaruh Besaran Diskon Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 257–265. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.291>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amin, M., & Maryam, S. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 03(02). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i02.664>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia*.
- Asari, A., Widiana, I. N. W., Nur, S., Muniarty, P., Lotaningrat, D., Rijal, S., Helmi, B. A. S., Abdurrohman, Arifin, Putra, A. C., Ahmad, I., & Muslimin, M. (2023). *Manajemen Inovasi* (M. A. Yaqi, Ed.). CV. Istana Regency.

- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Masyarakat Di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J., & Kou, G. (2020). IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity. *Information & Management*, 52(6), 643–657. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.05.003>
- Dewi, W. W. A. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. UB Press.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas* (Tim Gerbang Media Aksara, Ed.). Gerbang Media Aksara.
- Ekawati, R. R., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. In *JIAGABI* (Vol. 9, Issue 1).
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. In *Journal IMAGE* | (Vol. 8, Issue 1).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Firdaus, F. M., & Firmansyah, F. (2024). The Influence of Brand Image and Price Discounts on Buying Impulse with Buying Interest as An Intervening Variable: Study of Miniso Consumers in Malang City. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 18(2), 533–543.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25 edisi 9* (A. Tejokusumo, Ed.; 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J. B., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukamana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hilman, M. N., & Kristiawan, A. (2023). Analisa Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di The Trans Luxury Hotel Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2598–2609. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.54241>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas & Y. D. Krisanto, Eds.). Penerbit Lakeisha.
- Irawanti, G. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(2).
- Istiono, D., & Kurniasih, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *J-AKSI : Jurnal Auntansi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 229–240. <https://doi.org/10.31949/j-aksi.v3i1.2138>
- Jatmiko, P. W., Widowati, R., & Nuryakin. (2023). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) And Brand Trust On Brand Image And Shopee Consumers Buying Interest. *Jurnal Manajerial*, 10. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v10i03.6263>
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>

- Jaya, A. R., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Jungang, W. (2023). The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest. *Siber International Journal Of Digital Business (SIDJB)*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/sijdb.v1i1>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management (global edition). In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (E. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th ed.). Penerbit Elangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing. In *Pearson*. Pearson/Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management 14-Edition. In *Pearson Practice Hall*.
- Kusumayanti, K., Victor Kamanda, S., & Qolbi, N. (2022). Pengaruh Service Quality, Brand Image, Dan Price Terhadap Minat Beli Jasa Maxim Pada Saat Covid-19 Di Batam. *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 53–58.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman, Ed.). Strategy Cita Semesta.

- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. <https://newsmaker.tribunnews.com/>.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Marewa, B. (2023, November 14). *Penjualan Produk Turun Drastis, Gerakan Boikot Produk Pro Israel*.
- Maulana, Y. S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 86–91. www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Mulyana, R., Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Industri Produk Keripik Mekarsari)* (Vol. 3).
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). EP Press Digimedia.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Oktavia, M. (2024). Pengaruh Program Diskon dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk (Studi Pada Konsumen yang Membeli Produk Wardah). In *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 03, Issue 09).
- Pangestu, C., Andru, B., & Utami, N. (2024). Program Diskon Pada Minimarket Dalam Menarik Minat Pembeli. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26990>

- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 83–89. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta CV.
- Purba, E., Damanik, D., & Damanik, P. (2023). Pengaruh Dana Bagi Hasil Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Belanja Daerah Kota Pematang Siantar. *Jurnal KAFEBIS*, 1(1), 49–58. <https://doi.org/10.51622/kafebis.v1i1.1973>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilawati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing* (A. A. R & A. Masruroh, Eds.). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rahayu, D. W. S. (2021). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/xxx>
- Razak, I., Wibowo, I., & Rezrianti, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Bisnis* (M. Suroso, Ed.). CV. Putra Media Nusantara (PMN). <http://www.penerbitnya.com>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). www.penerbitbukumurah.com
- Salsabila, R., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Innovation, Brand Image and Word of Mouth on Interest in Buying

- Maybelline Face Powder in Gen-Z Students Of Feb Nasional University. In *Syntax Admiration* (Vol. 4, Issue 4).
- Sandra, J. V., & Anjaningrum, W. D. (2021). Pengaruh Suasana Toko dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Department Store Pasar Besar Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 49–59. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.873>
- Saptutyningasih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis* (A. Gp, Ed.). Gosyen Publishing.
- Saputra, R., & Onsardi. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Relationship Marketing Dan Promo Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Clothing Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (20th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Setiawan, A., Septia Putri, Y., Sari, S. G., Utami, A., & Khotimah, N. K. (2020). The Effect Of Discounts, Electronic Word Of Mouth (Ewom), And Price Towards Interest In Buying In E-Commerce. In *Journal of Islamic Economic Scholar* (Vol. 1, Issue 2).
- Simamora, B. (2015). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen : Strategi dan Teori* (Tigor & D. Sihotang, Eds.). IOCS Publisher.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. (2021). *Metodologi Peneliti Pendidikan : Kompetensi dan Praktiknya, Edisi Revisi* (R. Damayanti, Ed.). Bumi Aksara.
- Suryani, T. (2016). *Perilaku Konsumen: Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Suryono, I., & Natalia, T. (2024). Moderasi Hedonistic Shopping Motive Atas Pengaruh Strategi Branding dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Mantan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(3).
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen : Sebagai Dsar Untuk Merancang Strategi Pemasaran* (L. Madyasari, Ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). CV. Andi Offset.
- Top Brand Award. (2024). *Metodologi Survey Top Brand Award*.
- Wardhana, A. (2024a). *Brand Management in The Digital Era* (M. Pradana & S. M. Wati, Eds.). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0 - Edisi Indonesia* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Yuningsih, E., & Silaningsih, E. (2020). *Manajemen Bisnis dan Inovasi* (1st ed.). Widina Bakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com