

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, January 10). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Data Boks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Akhdiyatul'aein. (2024). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pada Konsumen Mobil Mitsubishi Expander. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(1), 473–484. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/8396>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Imiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2).
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students. *IJEED: International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 2(2), 210–217. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebed/article/view/769>
- Asyari, F. D., Febriansyah, R. E., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Konten Pemasaran, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Sari Roti (Studi Pada Masyarakat Sidoarjo). *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 15(2), 31–46. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Bahwiyanti, J., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Dewi Mart Sultan Adam Banjarmasin. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3, 355–367. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 157–167. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n2.p157-167>
- DAKHI, P. (2023). Pengaruh Discount dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Indomaret Simpang Baloho Nias Selatan). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2274–2279. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13230>
- Delanovaliyanisa. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepatu Merek Fladeo. *Jurnal Manajemen Update*, 7(2).

- Dimock, M. (2019, January). Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. *Pew Research Center* . https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMI4c2UwsrHjAMVxCiDAX1_DAjfEAAAYASAAEgJwHPD_BwE
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika* , 20(1), 36–51. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/9814>
- Ernawati, Y., Roza, S., & Sari, N. (2025). Pengaruh Live Streaming dan Price Discount Terhadap Minat Beli Produk Madame Gie Pada Generasi Z Pengguna E-Commerce Shoppe di Kota Jambi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(5), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Evelyn. (2023). Celebrity Endorser, Price Discount Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3).
- Evelyna, F. (2023). Celebrity Endorser, Price Discount dan Product Quality Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 721–734. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/2767>
- Fadhilah, L. A., Wulandari, C., & Afni, S. N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing Akun Instagram @nazwaadinda_ Terhadap Minat Beli Pembelian Produk Pada Followersnya. *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(2), 97–109. <https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/NIVEDANA/article/view/674>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* . Universitas Diponegoro .
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* . PT Inovasi Pratama Internasional https://books.google.co.id/books?id=O2BIEAAAQBAJ&pg=PA5&hl=id&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
- Hapipah. (2024, October). *Era Digitalisasi : Perkembangan Media Sosial TikTok di Kalangan Generasi Z* . kumparan.com. <https://kumparan.com/hapipah-jen/era-digitalisasi-perkembangan-media-sosial-tiktok-di-kalangan-generasi-z-23cLAy7Fkob>
- Harisno, & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *Communication & Information Technology Journal*, 12(1), 13–18.

- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (A. Pratama & F. Saefullah, Eds.). Insania. <http://insaniapublishing.com>
- Hasana, H., & Alamyah, G. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Realme di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 85–93.
- Heridiansyah, J., Susetyarsi, T., & Marhamah. (2022). Analisis Dampak Store Environment, Price Discount, Sales Promotion, dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT. Matahari Departemen Store Kota Semarang Di Era New Normal. *Jurnal STIE Semarang*, 14(3), 15–26. <https://doi.org/10.33747>
- Irvanto, & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ixiUbM0AAAAJ&citation_for_view=ixiUbM0AAAAJ:kNdYIX-mwKoC
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1402–1412. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35759>
- Jilvalisva, T., Said, M., & Zunaida. D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Hanasui. *JIAGABI*, 14(1), 271–280.
- Kabarbursa.com. (2024, February 7). *Infografis: Indonesia Makin Melek Internet?* kabarbursa.id. <https://kabarbursa.com/market-hari-ini/12273/infografis-indonesia-makin-melek-internet>
- Karina, N. D., Darmansyah, Awalludin, D., & Bakhri, A. S. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen. *Seminar Nasional: Inovasi & Adopsi Teknologi*, 80–89. https://www.researchgate.net/publication/372399827_Pengaruh_Affiliate_Marketing_Dalam_Peningkatan_Penjualan_Pada_Belanja_Online_Terhadap_Perilaku_Konsumen_Pengaruh_Affiliate_Marketing
- Kasman, K., Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2(9), 2274–2293. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.810>
- Kirana, L. I. (2024, November 8). *Simak Perkembangan Pengguna Internet Dunia Selama 10 Tahun Terakhir*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/simak-perkembangan-pengguna-internet-dunia-selama-10-tahun-terakhir-GcIqd>
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.

- Kotler, Keller, & Chernev. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks .
- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44.
- Kurniawati, D., Saleh, S., & Ramadiah, V. (2024). The Effect Shopee Affiliates Program On Purchase Interest And Purchase Decisions (Case Study Of UIR Student) Pengaruh Shopee Affiliate Program Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIR). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 8024–8032. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>
- Kwan, M. C. (2023). The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business. *Adijaya : Jurnal Multidisiplin*, 1(1), 221–228. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Latifah, & Nurmalasari. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkos kirim dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Apikasi TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(2), 120–127.
- Limanto, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Hswgrail.id. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(1), 57–66.
- Maghfiroh, N., & Abadi, M. D. (2025). Pengaruh Marketing TikTok Affiliate, Kualitas Viral Marketing Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen TikTok Shop (Studi Kasus Pada Gen Z Pengguna TikTok di Lamongan). *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1409–1420.
- Marlius, D., & Zamzahrani. (2025). Dampak Influencer Marketing, Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Fashion Shopee. *Economics and Digital Business*, 6(2), 1270–1279.
- Marquette, L. U., & Hamidah, S. F. (2023). The Impact of Affiliate Marketing and Service Features on E-Commerce Consumers Buying Interest. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 49–55. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2088>
- Maulida, S. (2024). *Pengaruh Affiliate Marketing, Kualitas Produk, dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shoppe* . Universitas Nusantara PGRI Kediri .

- Misra, I., Zakiah, & Sukmana, E. T. (2021). Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 94–106. <https://doi.org/10.23971/jsam.v>
- Nasution, A. D., Aslami, N., & Harahap, M. I. (2023). The Influence Of Affiliate Marketing And Product Quality On Purchase Interest In Generation Z TikTok Users In Medan. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(3), 1436–1448.
- Nazara, H., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Platfrom TikTok Shop). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 146–159.
- Ningrum, L., & Aryanto, V. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(21), 470–484. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14488104>
- Novilia, F., Hendrayati, H., & Fahreza, M. (2024). Examining the Impact of Live Streaming, Affiliate Marketing, and Flash Sale Programs on Purchase Intentions in the TikTok Shop (An Empirical Study Focused on Generation Z). *Jurnal Lmiah Manajemen*, 15(2), 209–218. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/4398/3481>
- Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Lestari, W., Khatimah, H., & Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.). PT Nasya Expanding Management .
- Nur, A., Ramli, & Siangka, A. N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Beras Kita Premium. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 25(3), 487–495.
- Nursal, Hadita, Marundha, A., & Komariah, N. S. (2022). Determination of Marketing Performance: Display Media, Affiliate Marketing and Social Media (Literature Review). *International Journal Of Advanced Multidisciplinary*, 1(2), 83–93. <https://doi.org/10.38035/ijam.v1i2>
- Oktavia, M. (2024). Pengaruh Program Diskon dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk (Studi Pada Konsumen yang Membeli Produk Wardah). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(09), 1331–1346.
- Pangestu, C., Andru, B., & Utami, N. (2024). Program Diskon Pada Minimarket Dalam Menarik Minat Pembeli. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(2), 739–748. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26990>
- Prakarsa, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–4.
- Prinia, D., Fatih, M., & Rahmawati, N. (2022). Litertrure Review Word of Mounth Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk dan Kualitas

- Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 225–239. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Puspitasari, R. (2023). The Influence of E-Commerce Affiliate Marketing on Social Media Against Student Purchase Interest. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1–9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>
- Putri, E. (2022). Analisis Pengaruh Price Discount dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ramadhani, W. (2021). *Pengaruh Diskon dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Ramli, S., Haeruddin, M. I. M., Haeruddin, M. I. W., Hasbiah, S., & Aswar, N. F. (2025). Pengaruh Live Streaming dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial TikTok (Studi pada Mahasiswa Manajemen Pengguna TikTok). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 93–109. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2705>
- Riandi, M., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Potongan Harga, Live Streaming, dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi TiktokShop. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(3), 2101–2109. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2528>
- Rizal, M. S., & Wijayani, Q. N. (2023). Persepsi Pedagang Konvensional di Pasar Blauran Surabaya Terhadap Tren Implementasi E-Commerce TikTok Shop. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1(5), 34–44. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/482>
- Rosyadah, R., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tripl3 di Kota Surabaya. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 7(9). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Sabar, M., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.
- Salsabila, R., Soemitra, A., & Aisyah, S. (2024). The Impact of Price Discount, Free Shipping, and Live Streaming on Consumer Purchase Intention on Tiktok Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 29(1), 11–26. <https://doi.org/10.20961/jkb.v29i1.87274>
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen* (Galih & Widi, Eds.; Pertama). Uwais Inspirasi Indonesia .

- Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Suwito, B. Miller, & Jefri, Eds.; 3rd ed.). Prenadamedia Group .
- Simanjuntak, T. W., & Saputra, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Content Influencer dan Live Streaming Tiktok terhadap Minat Beli Skincare Skintific di Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH)*, 4(2), 619–628. <http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Sissy, P., Aisadira, M., Khairani, D., Syahda, F., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 182–197. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.447>
- Siswanto, E. J., & Aryanto. (2024). Pengaruh Live Streaming, Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1), 1–11.
- Sitanggang, A. S., Mahandika, A., Solehin, F., Wirasoemantri, R. R. H., & Al Ghifari, M. N. (2024). Pengaruh Diskon Pada Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Bisnis*, 6(3), 359–377. <https://journalpedia.com/1/index.php/ieb>
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, Cashback Promotion dan Discount Flash Sale Terhadap Minat Beli Produk Shoppe. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 627–638.
- Sopiah, S., & Syakir, R. D. (2024). Praktek Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Shopee Tinjauan Fikih Muamalah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1, 57–70. <https://journal.staialmasthuriyah.ac.id/index.php/al-buyu/index>
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157.
- Sugiyanto. (2024, June 24). *Riset IPSOS Ungkap E-Commerce yang Berikan Pengalaman Belanja Paling Memuaskan bagi Pelanggan*. [radarsemarang.id . https://radarsemarang.jawapos.com/ekonomi/724789449/riset-ipsos-ungkap-e-commerce-yang-berikan-pengalaman-belanja-paling-memuaskan-bagi-pelanggan](https://radarsemarang.jawapos.com/ekonomi/724789449/riset-ipsos-ungkap-e-commerce-yang-berikan-pengalaman-belanja-paling-memuaskan-bagi-pelanggan)
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; kedua). ALFABETA.
- Suryadi, A., & Wicaksono, D. (2023). *Pemasaran Digital* . Bantul : Pustaka Baru Press.
- Syahputri, N. M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya : Jurnal Ekonomi & Syariah*, 6(1), 282–296. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>

- Syarifuddin. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*.
- Syarifuddin, & Al Saudi, I. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (S. Al Saudi & Kurniawati, Eds.). Bobby Digital Center.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39.
- Tursina, Z., & Adlina, H. (2023). The Influence Of Vide Advertising, Price Discounts and Free TikTok Shop Shipping On Purchase Interest Of North Sumatra University Students. *Journl Of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)*, 3(2), 270–282. <https://ojs.transpublika.com/index.php/JHSSB/>
- Wardhana. (2024a). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). *Minat Beli Konsumen* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/382028726>
- Winasis, C., Widiarti, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian : Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Wulandari, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impuse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
- Zahra, S. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Akad Jual Beli Istishna Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 56–63. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i1.1236>
- Zulian, Y., & Fietroh, M. (2023). Peran Affiliate Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Aerostreet Di Shopee. *Nusantara Journal Of Economics (Nje)*, 5(02), 8–18.