DAFTAR PUSTAKA

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian*. *14*, 17. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/10624-33580-1-PB.pdf

Angelina, N., & Supriyono. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap *Repurchase* Intention Pada Customer CGV Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*, 1703–1715. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/4639-Article_Text-14600-1-10-20241105[1].pdf

Angga Safitri, N. (2023). *Manajemen pemasaran*. K-Media. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/Manajemen Pemasaran_Novi Angga Safitri, S.Sy., M.M..pdf

Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA*, *9*, 667. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/iogi2018,+09.+JILHANSYAH+ANI.+OK.pdf

Arafah, R., Amrusi, & Musfiana. (2022). *Pengaruh potongan harga pada aplikasi Shopee terhadap pembelian tidak terencana mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi*. *3*, 6. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/30293-99833-1-PB (3).pdf

Ardianto, Y., Thalib, S., & Riskarini, D. (2021). Analisis repurchase intention melalui customer satisfaction dilihat dari experiental marketing dan serviscafe. *Jurnal Riset Bisnis*, *4*, 18. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1724-Article Text-7026-1-10-20210429.pdf

Bachtiar, A. (2022). *The magic of influencer*. Araska.

Bramasta, A., & Irmawati. (2023). *Pengaruh digital influencer dan Discount terhadap minat beli ulang dalam e-commerce*. *18*, 16. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/4352-Article Text-12729-1-10-20230810 (1).pdf

Christy, J., & Waruwu, S. S. (2023). Ketepatan Waktu Pengembalian Berkas Rekam Medis Berdasarkan Unsur-Unsur Manajemen Di RSU Bina Kasih Medan Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Perekam Dan Informasi Kesehatan Imelda*, *8*, 59–67. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/987-Article Text-6394514-1-10-20230227.pdf

Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Bahan ajar metodologi penelitian*. Deepublish.

Darna, N., Setiawan, I., Basari, M. A., & Kasman, K. (2024). *Smart strategy in statistics: choosing appropriate test tools for data and hypotheses in quantitative research*. *10*(2), 843–851. https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi/article/view/3691/2561

Devita Pradnyasari, P., Ayu Imbayani, I. G., & Surya Prayoga, I. M. (2024). *Pengaruh kualitas produk, influencer marketing, dan brand image terhadap minat beli ulang pada produk kosmetik Y.O.U. dI kota Denpasar*. *5*, 10. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/14 (1).pdf

Dhevyanto, B. (2023). *Pengantar bisnis ilmu manajemen*.

Djaali. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. PT Bumi Aksara.

Fransiskho, G., Sumarsan Goh, T., & Julitawaty, W. (2021). *Pengaruh kepuasan konsumen dan discount terhadap volume penjualan PT. Atmindo TBK Tanjung Morawa*. *7*, 10.

Hakiki, R., & Setiana, A. R. (2023). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada unit pelaksana teknis daerah pusat kesehatan masyarakat (uptd puskesmas) pagerageung kabupaten Tasikmalaya. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *2*.

Harsojuwono, B. A., & Arnata, W. (2020). *statistika penelitian*. Madani Media.

Jauwena, C. (2023). Pengaruh perceived quality dan value terhadap repurchase intention melalui satisfaction rosita cookies. *Performa*, *8*, 18. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/PENGARUH+PERCEIVED+QUALITY+DAN+VALUE+TERHADAP+REPURCHASE+INTENTION+MELALUI+SATISFACTION+ROSITA+COOKIES (1).pdf

Jeka, F., Samsu, Indriyani, T., & Asrulla. (2024). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Genta Mulia*, *15*, 189–197. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/20A+GM189-.pdf

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2021). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Pearson Education.

Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar manajemen. In *Pengantar Manajemen*. LPU-UNAS. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/feb_bc94ba1dfa7c2f2ebdb57c314bc3e56ca4e19cbf_1649386611.pdf

Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh *discount* pada aplikasi e-wallet terhadap pertumbuhan minat pembelian impulsif konsumen milenial di wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, *5*, 24. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Documents/skripsi bab 1,2,3/BAB 2/Discount/Faktor Yang Mempengaruhi/amarul,+Journal+manager,+2+Agus+Kusnawan.pdf

Kusuma, N. . (2022). *Online repurchase intention factors*. CV Diva Pustaka.

Machali, I. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, *3*, 41–56. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/58203-ID-strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-vo.pdf

Marina, S., Setiawati, A., & Salehati, N. A. (2020). E-Service Quality dan Repurchase Intention pada Travel Agent Online di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, *6*, 127–136. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/524-2964-1-PB[1].pdf

Melati. (2021). *Manajemen pemasaran*.

Merici Ardelia Edlyna, A., Crystella Yeoh, A., Tan, A., Yauri, G. V., Manan, K. I., Muljadi, N. A., & Ningsih, R. Y. (2024). *Faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen berdasarkan influencer Tasya Farasya*. *2*, 9. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/Artikel+Ilmiah+-+Kelompok+2.pdf

Miranda Effendi Putri, N., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis pengaruh price discount dan daya tarik iklan pada aplikasi e-wallet terhadap pembelian impulsif konsumen generasi z. *Diponegoro Journal of Management*, *11*, 13. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/33945-74810-1-SM.pdf

Mujtaba, E. (2022). *Mengenal influencer dan pengaruhnya pada ekonomi masyarakat*.

Munawar, H. (2016). Identifikasi Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Organisasi Ukm (Studi Kasus Pada Asosiasi Industri Kecil Menengah Agro/AIKMA). *Jurnal Bisnis*, *4*, 1–15. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1-hasan_munawar.pdf

Nurdiansah, A., & Widyastuti. (2022). Pengaruh price discount terhadap customer satisfaction dan repurchase intention (Studi pada pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, *1*, 20. https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198

Nurhayati, S. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan discount terhadap keputusan pembelian mahasiswa Yogyakarta di Shopee. *ALBAMA: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, *15*, 17. https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.74

Nurlaela, & Mulyadi. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Discoun*t Terhadap Impulse Buying Pada PT Indomarco Prismatama. *SWINS*, *31*, 62–71. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/4.Nurlaela,+Mulyadi+Vol.31+No.1+2024+Publish[1].pdf

Oktavia Nurul Kumala, F., & Fageh, A. (2022). *Pengaruh Discount Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. *6*, 11. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/11196-36107-1-PB.pdf

Patma, T. S., Maskan, M., & Mulyadi, K. (2019). *Pengantar Manajemen* (pertama). POLINEMA PRESS Penerbit. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/OneDrive/ドキュメント/skripsi bab 1,2,3/BAB 2/Manajemen/Bidang-Bidang Manajemen/PengantarManajemen.pdf

Pratiwi, D. R. A., Saputra, H. T., & Utama, H. H. (2024). Pengaruh influencer marketing, viral marketing, dan *discount* harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*, 2566–2582. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/OneDrive/ドキュメント/skripsi bab 1,2,3/BAB 2/Hasil Penelitian Terdahulu- Untuk no 1,2,3,4 & 5, ini diambil dari teori penghubung/4/4782-Article Text-15345-2-10-20241220.pdf

Puspitasari, F. (2018). *Apakah discount itu?* (Pertama). KTSP.

Putra, D. A., & Verinita. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention konsumen pada situs jual beli online Lazada.co.id. *Jurnal Stie Semarang*, *22*, 4. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1988-4568-1-SM.pdf

Putri, S. M., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, *2*, 86–97. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/7.+Serly+Marsha+Putri+&+Rosmita[1].pdf

Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, *14*, 93–108. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/357259-pengaruh-kualitas-pelayanan-lokasi-harga-de09be46.pdf

Qibtiyah, D., Hurruyati, R., & Hendrayati, H. (2021). *The influence of discount on repurchase intention*. *187*, 385–389. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/The_Influence_of_Discount_on_Repurchase_Intention.pdf

Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *6*, 80–93. https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956

Ramantyo, R. N., & Dhewi, T. S. (2022). The influence of shopping experience and price discount on repurchase intention through shopping orientation (study on consumers "GoFood"). *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS)*, *2*, 703–711. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/703+–711+Rachmad+.pdf

Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Dessy Hariyanti, N. K., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar ilmu manajemen pemasaran*. CV. Gita Lentera. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran.pdf

Riinawati. (2019). *Pengantar teori manajemen komunikasi dan organisasi*.

Rosadian, A. (2023). *Marketing influencer*. Selaka Media.

Sahputra, C., Octaviani, V., & Yanto. (2023). Pengaruh influencer terhadap keputusan pembelian pada xinonaboba kapuas kota Bengkulu. *Jurnal Multimedia Dehasen*, *2*(3), 509–526. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/4372-Article Text-16408-1-10-20230707 (1).pdf

Sandriana, M., Setiawati, A., & Ala Salehati, N. (2020). E-service quality dan repurchase intention pada travel agentoneline di wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik (JMBTL)*, *6*, 10.

Sari, N. C., Ahiruddin, & Djunaidi. (2022). Determinan Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal.Saburai.Id*, 148–153. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1887-6121-1-PB.pdf

Sartika, & Yolanda, M. (2024). *Faktor yang mempengaruhi repurchase intention dan actual behavior pengguna aplikasi online food delivery di kota Padang*. *8*, 42493–42498. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/526.+Artikel_Sartika+42493-42498.pdf

Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*, 11. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/Al+Kharaj_3020_V6N7.pdf

Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *10*, 221–230. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/4233-10356-1-SM.pdf

Shaivudi, A. R. M., & Pahlevi, R. W. (2023). Implementasi Knowledge Management System Pada UMKM Di Kota Salatiga (Studi Kasus Pak Kun Frozen Food Dusun Ngepos). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *2*, 453–462. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/11748.pdf

Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1). UB Press. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf

Shpautra, D. R., Akhmad, I., & Nofirda, F. A. (2024). Pengaruh shopping lifestyle, influencer, dan *discount* harga terhadap impulse buying pada tikTok shop di kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, *3*, 95–113. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/OneDrive/ドキュメント/skripsi bab 1,2,3/BAB 2/Hasil Penelitian Terdahulu- Untuk no 1,2,3,4 & 5, ini diambil dari teori penghubung/5/Didi+Rio+Shpautra.pdf

Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). Pearson Education.

Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek. *Ilmu Politik Dan Komunikasi*, *VIII*, 9. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA

P/Downloads/Pengaruh_Kredibilitas_Influencer_Terhada.pdf
Sugiharto, S., & Valentino Wijaya, L. (2020). *Pengaruh service quality terhadap repurchase intention aplikasi shopee dengan cutomer satisfaction sebagai variabel perantara (studi kasus pada mahasiswa universitas kristen petra Surabaya yang sudah pernah menggunakan shopee)*. 15.

Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian : primer, skunder, dan tersier. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, *5*, 7. https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238

Sumarni, Y. (2018). Matematika Dalam Ilmu Manajemen. *Jurnal Equation*, *1*, 11–24. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/229577945.pdf

Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). *Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020*. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1906-Article Text-3722-1-10-20220117.pdf

Syahza, A. (2021). *Metodologi penelitian*. UR Press.

Syukur, M., & Salsabila, S. (2022). Influencer impact: solusi dalam mempromosikan produk. *Jurnal Istiqro*, *8*, 12. https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1502

Tarabieh, S., Gil, I., Galdón-Salvador, J. L., & AlFraihat, S. F. A. (2023). The new game of online marketing: how social media influencers drive online repurchase intentions through brand trust and customer brand engagement. *Intangible Capital*, 103–125. https://doi.org/10.3926/ic.2515

Viola, Margery, E., & Seri. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan word of mouth terhadap minat pembelian konsumen mobil honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *1*(2), 11. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/1991-Article Text-7407-2-10-20231220.pdf

Widiana, M. E., & Ec, M. (2020). *Pengantar manajemen*. CV. Pena Persada. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/E-Book Pengantar Manajemen.pdf

Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen pemasaran* (Pertama).

Yustiawan, S. T., & Lestari, B. (2023). Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Konten Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Piscocol Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *9*, 160–168. file:///C:/Users/FIRMANSYAH PRAYOGA P/Downloads/3827_160-168_Yustiawan[1].pdf

Yusuf, M. F., Pramana, E., & Setiawan, E. I. (2023). *Faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention pada e-marketplace dengan menggunakan extended Expectation Confirmation Model (ECM)*. *12*, 1–10. https://doi.org/10.34148/teknika.v12i1.573

Zahro, S., & Hadi, M. (2023). Pengaruh perceived usefulness dan perceived value terhadap online repurchase intention pada konsumen e-commerce shopee di kota malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *9*, 7.