

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Nyoman, N. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada*.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Darmawan, E. S. (2022). *Hasil Riset Ipsos: Shopee Jadi E-Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Pada 2021*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all>
- Deka, R. E., Nurhajati, N., & Rachma, N. (2020). Pengaruh Brand Association Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Start Up Fintech Ovo. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 4(1), 96. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i1.2702>
- Ghozali, D. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Undip.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Ilmiah, J., Fisip, M., Volume, U., Price, P., Framing, D., Keputusan, T., Membeli, W., Pakaian, P., Mall, S., Banda, S., Rouzatul, A., Anisah, N., Studi, P., Komunikasi, I., Fisip, F., & Kuala, U. S. (2017). *Pengaruh Price Discount Framing Terhadap Keputusan Wanita Membeli Produk Pakaian Wanita Di Suzuya Mall, Setui Banda Aceh Rouzatul Ikhwan, Nur Anisah Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Fisip, Universitas Syiah Kuala*. 2, 1–13.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia. We Are Social*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15e). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

- Oktavio, A., Laurent, M., & Wijaya, V. (2020). *Jkbn Memprediksi Turnover Intention Melalui Employee And Employee Engagement At W Bali - Seminyak Hotel*. 6(2), 188–198. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3711>
- Perdana, R. E., Komariah, K., & Mulia, F. (2020). *Analisis Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pd. Ikram Nusa Persadakota Sukabumi*. 2, 58–69.
- Pramezwary, A., Juliana, Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). *Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19*. 19(1).
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Shakti, D. N., & Zuliarni, S. (2019). *Pengaruh Price Discount Framing Terhadap Purchase Intention Pada Ramayana Department*. 3(1), 132–147.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R7d*. Alfabeta, Cv.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Andi Offset.