

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adelia, A., Poespa, R., Cahyono, R., & Martah, V. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian lotion Marina. *E-Journal.Umaha.Ac.Id*, 3(1), 2622–6367. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/931>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Al-Khitabah, R. T.-J., & 2015, undefined. (n.d.). Strategi promosi periklanan yang efektif. *Journal3.Uin-Alauddin.Ac.Id*. Retrieved May 3, 2023, from <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/view/2623>
- Amelia, M. (2016). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/15630>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI KFC GOLDEN CITY BEKASI DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/ECONOMINA.V2I2.351>
- Bisnis, A. S.-J. M. D. S.-U., & 2017, undefined. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Journal.Uc.Ac.Id*, 2(1). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/436>
- Budiman, A., & Sama, H. (2023). Pengaruh Motivasi Video Game terhadap Niat Pembelian dalam Aplikasi. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 458–471. <https://doi.org/10.33395/REMIK.V7I1.12067>
- Cahyono, Y., Suryani, P., & N. E.-J. of I. E., & 2020, undefined. (n.d.). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Vista Bangun Propertindo. *Jiemar.Org*. Retrieved May 3, 2023, from <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/32/20>
- Choi, H. K., Mun, J. H., Kim, D. J., Zhu, H., Baek, J. M., Mudge, J., Roe, B., Ellis, N., Doyle, J., Kiss, G. B., Young, N. D., & Cook, D. R. (2004). Estimating genome conservation between crop and model legume species. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of*

- America*, 101(43), 15289–15294. <https://doi.org/10.1073/PNAS.0402251101>
- CS:GO vs. Valorant vs. CoD: popular shooters tournament's comparison*. (n.d.). Retrieved May 1, 2023, from <https://escharts.com/news/most-popular-shooters-esports-based-majors-2022>
- Denisov, V., & Vladimir, D. (2020). *DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN ESPORTS Case Company: ForZe esports*.
- Dewanto, A., dan, S. N.-P. J. I. P., & 2015, undefined. (n.d.). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Sikap Etis Dan Prestasi Mahasiswa Akuntansi (Studi Pada Perguruan Tinggi Di Kota. *Jurnal.Unikal.Ac.Id*. Retrieved June 18, 2023, from <http://jurnal.unikal.ac.id/index.php/pena/article/viewFile/72/72>
- Dovina Navanti, Sujiyo Miranto, R. P. (2017). Identifikasi Variabel Kualitas Jasa dan Bauran Pemasaran yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa di STBA Cipto Hadi Pranoto. In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 17, Issue 02, pp. 45–50).
- Esports ID | Xccurate Beri Pendapat Soal Perbedaan CS:GO dan Valorant*. (n.d.). Retrieved April 3, 2023, from <https://esports.id/valorant/news/2020/08/3eae62bba9ddf64f69d49dc48e2dd214/xccurate-beri-pendapat-soal-perbedaan-csgo-dan-valorant>
- Fauzi, N. (2016). *PENGARUH PROMOSI MELALUI EVENT TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MOOZEE BAG*. <http://repository.widyatama.ac.id/handle/123456789/9426>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & 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>
- Fristiana, D., ... A. P.-J. ilmu administrasi, & 2012, undefined. (n.d.). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Ejournal3.Undip.Ac.Id*. Retrieved May 3, 2023, from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/839>
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3). <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Handida, R., Economia, M. S.-J., & 2018, undefined. (2018). Pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan. *Academia.Edu*, 14(1). <https://www.academia.edu/download/69824917/pdf.pdf>
- Hermiyenti, S., on, Y. W.-2nd P. I. C., & 2019, undefined. (2019). A literature review on the influence of promotion, price and brand image to purchase

- decision. *Atlantis-Press.Com*. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/piceeba2-18/125907916>
- Hikmah. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Reaserch (JBE)*, 1(2).
- Hilmawan, H., Of, Y. Y.-T. A. P. J., & 2019, undefined. (n.d.). Pengaruh Komunikasi Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Rutan Klas IIB Rangkasbitung. *Ejurnal.Latansamashiro.Ac.Id*. Retrieved May 14, 2023, from <https://ejurnal.latansamashiro.ac.id/index.php/APJMS/article/view/269>
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3).
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta*. (n.d.). Retrieved April 3, 2023, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Hsu, C.-L., & Lu, H.-P. (2007). Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1642–1659. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.09.001>
- Indrianna Meutia, K., Widjarnarko, W., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/JTEBR.V2I2.68>
- Ivantan, I., Khoiriah, N., & Karmiyati, S. (2020). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. TIGA SERANGKAI PUSTAKA MANDIRI. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1). <https://doi.org/10.32493/JEE.v3i1.7318>
- Jadwal Lengkap VCT 2023 LOCK//IN Sao Paulo*. (n.d.). Retrieved April 3, 2023, from <https://skor.id/post/jadwal-lengkap-vct-2023-lock-in-sao-paulo>
- Jamaludin, A., Arifin, Z., Jurnal, K. H.-, & 2015, undefined. (n.d.). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id*. Retrieved May 12, 2023, from <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=314239&val=6468&title=PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang>

- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324.
<https://doi.org/10.37641/JIMKES.V7I3.284>
- Kotler, P. (1999). Kotler on Marketing. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1).
- Kotler, P. (2001). *Marketing management, millenium edition*.
[http://lms.aambc.edu.et:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/62/Marketing Management Kotler-Millenium Edition- Text Book.pdf?sequence=1](http://lms.aambc.edu.et:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/62/Marketing%20Management%20Kotler-Millenium%20Edition-Text%20Book.pdf?sequence=1)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
https://www.academia.edu/download/43845065/pemasaran_kotler.pdf
- Kotler, P., Keller, K., Ang, S., Tan, C., & Leong, S. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*.
<https://www.academia.edu/download/58052402/marketing-management-an-asian-perspective-5th-edit.pdf>
- Lee, S., & Jung, K. (2008). *Effects of Price Comparison Site on Price and Value Perceptions in Online Purchases*.
<https://archives.kdischool.ac.kr/handle/11125/28982>
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*.
<https://osf.io/v7dfr/download>
- Munger, J. L., Brand, D. G.-J. of P. &, & 2001, undefined. (n.d.). The effects of alternative price promotional methods on consumers' product evaluations and purchase intentions. *Emerald.Com*. Retrieved March 30, 2023, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10610420110395377/full/html>
- Musthofa, A., & Rosyad, N. (2021). Efektivitas Event Premium Starlight Member Game Mobile Legend Untuk Menarik Minat Beli Voucher Game (Studi Deskriptif Event Premium Starlight Member Game Mobile Legend untuk Menarik Minat Beli Voucher Game di Kalangan Remaja. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, Vol.7(No.2), 857–862.
- Nursyamsi, M., Natarida Marpaung, N., Suprihanto, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana, S., & Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triuana, P. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI HARI-HARI PASAR SWALAYAN CABANG BEKASI TRADE CENTER (BTC). *Jurnal.Umika.Ac.Id*, 3(1).
<http://jurnal.umika.ac.id/index.php/almisbah/article/view/232>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.

- Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, H., Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Analisis Pengaruh Harga, F., dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada, K., di Kota Medan Asrizal Efendy Nasution, M., Pratami Putri, L., & Taufik Lesmana, M. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *Jurnal.Umsu.Ac.Id*, 1(1), 194–199. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594>
- Prayogi, S. (n.d.). *The Influence of Product Quality, Price and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri's Batik*.
- Renaningtyas, L., Suhardiyah, M., & Wibowo, T. S. (2022). *Pengaruh Testimoni Dan Harga Terhadap Minat Beli Top Up Voucher Game Arena of Valor Di Yuriko Shop*. 3(3), 16–25. <https://www.jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/download/6212/4209>
- Sarstedt, M., Ringle, C., modeling, J. H.-P. least squares path, & 2017, undefined. (2017). Treating unobserved heterogeneity in PLS-SEM: A multi-method approach. *Springer*, 197. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3_9
- Setiawan, F., & Zakaria, H. (2022). Rancang bangun sistem pembelian voucher game online berbasis website menggunakan teknologi mern stack dengan model waterfall (studi kasus : good gaming store). *OKTAL Jurnal Ilmu Komputer Dan Sains*, 1(05), 506–513. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal/article/view/190>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Simanihuruk, L., Simarmata, J., & Sudirman, A. (2019). *E-learning: Implementasi, strategi dan inovasinya*. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=hhDGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=\(Simanihuruk,+2019\)&ots=eITDFHSod0&sig=0NTIXsbZycb10mX_nSn6fdA4Vtc](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=hhDGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=(Simanihuruk,+2019)&ots=eITDFHSod0&sig=0NTIXsbZycb10mX_nSn6fdA4Vtc)
- Singh, D., & Pillai, S. (2022). Implementation of digital marketing strategy in the Gaming industry. *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA)*, 387–394. <https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765259>
- Stephani, K., Cilvanus, H., Faktor-Faktor, A., Mempengaruhi, Y., Pengguna, K., Ruanguru, A., Stefani, K., & Id, A. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruanguru. *Journal.Likmi.Ac.Id*. Retrieved March 28, 2023, from <https://journal.likmi.ac.id/index.php/media-informatika/article/download/44/42>

- Suryono, R. R. (2016). Perilaku Pemain Game Online Terhadap the Behavior of Online Gamer Toward the Purchasing of Item Virtual. *Skripsi*.
- Tondang & Sutrisna, 2019 - *Google Scholar*. (n.d.). Retrieved June 18, 2023, from https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Tondang+%26+Sutrisna%2C+2019&btnG=
- Triyadi, M. (2017). *Promosi Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menentukan Minat Beli Konsumen Ngorea Bistro*. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/8929>
- Ujiyanto, U., Manajemen, A. A.-J., & 2004, undefined. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnalmanajemen.Petra.Ac.Id*. Retrieved May 3, 2023, from <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/15648>
- Umar Bakti, M. S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Universitas Borobudur, 22 Nomor 1*(Cara memanager pemasaran), 111–118. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/633>
- Vania, I., Ekonomis, R. S.-J., & 2021, undefined. (n.d.). Pengaruh Promo Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal.Unai.Edu*. Retrieved May 12, 2023, from <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2593>
- Wicaksono, A., Bisnis, S. N.-J. I. A., & 2018, undefined. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen). *Ejournal3.Undip.Ac.Id*. Retrieved May 3, 2023, from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22706>
- Yayang, W. A. (2023). *TUGAS AKHIR: Strategi Promosi pada Manna Kampus Godean*. <http://repository.stimykpn.ac.id/428/2/DIII-2015976-BAB I.pdf>