

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen E-Commerce Tokopedia Indonesia (Studi Kasus di Surabaya). *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan StarT-Up Bisnis*, 7(5), 529–546.
- Adilang, A., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2014). Persepsi, Sikap, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal EMBA*, 2(1), 561–570.
- Anonymous. (2018). Harga Ganjil. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial dan Motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian. *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1323–1337.
- Cahya Ramadhan, N., Ahmad sugiyarta, & Wahyudi, S. (2022). Sistem Penjualan Sales Retail Berbasis Web Pada Catur Sentosa Adiprana Tbk. *ProTekInfo(Pengembangan Riset Dan Observasi Teknik Informatika)*, 9(2), 30–32. <https://doi.org/10.30656/protekinfo.v9i2.5579>
- Christiana, I., & Nadilla Lubis, S. (2023). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Celebrity Endorser Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Motivasi*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.32502/mti.v8i2.7049>
- Dhaefina, Z., Nur, M. A., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Dhatu Prnatika. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pembelian Ulang. 1–23.
- Fahik, A. S., Musika, A., Roga, M. D. T., Fallo, A., Djuang, G., & Amaral, M. A. L. (2023). Keputusan Pembelian Kembali: Kepedulian Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3818–3831.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>

- Hanifa Yasin. (2014). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *14*(12030204039), 135–143.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, *8*(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Herawati, T. (2022). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Survei Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemda Cianjur). *Star*, *11*(1), 1. <https://doi.org/10.55916/jsar.v11i1.44>
- Johannes, J., Ekasari, N., & Lestari, E. (2018). Analisis Motif Belanja Hedonis Wanita Berbusana Hijab Produk Zoya: the Analysis of Hedonic Shopping Motivation of Zoya Producton Hijab Women. *Digest Marketing*, *3*(1), 23–30.
- Khair, A., Kurniawati, Yustika, R. L., & Rohmah, S. (2023). Pengaruh Hedonic Motivation dan Utilitarian Motivation Terhadap Impulsive Buying pada Pengguna E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, *10*(1), 13–30. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.44802>
- Lopes Amaral, M. A., Goetha, S., & Tisu, R. (2021). Bagaimana Harga Ganjil Membantu Anda Memanfaatkan Kekuatan Psikologi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *10*(12), 1367. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p06>
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal EMBA*, *4*(2), 164–176.
- Massie. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth ( E-WOM ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park The Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth ( E-WOM ) To Visit Decision At Rumah Alam Manado Adventur. *Emba*, *10*(4), 13–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43646>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, *1*(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nulufi, K., & Murwartiningsih. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, *4*(2), 129–141.

- Nurtanio, I. N., Bursan, R., Wiryawan, D., & Listiana, I. (2022). Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung). *Takfirul Iqtishodiyah (Jurnal Pemikiran Ekonomi Syariah)*, 2(2), 1–28. <http://ejournal.stisdulamtim.ac.id/index.php/JTI>
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>
- Pertiwi, A., Jusnita, R. A. E., & Maela, N. F. S. (2019). Ramadan dan Promosional: Strategi Komunikasi Pemasaran PT Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i1.1699>
- Raga, H. E., Agung, A., Agung, P., Putu, N., & Anggraini, N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Sebatik*, 2(2), 512–520. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2716%0Ahttps://portal.issn.org/resource/ISSN/2721-6810>
- Ratu, R. G., & Gunawan, C. (2020). the Effect of Emotional Advertising and Environment Advertising on Purchase Decision At Shopee Marketplace. *Arika*, 14(2), 83–92. <https://doi.org/10.30598/arika.2020.14.2.83>
- Rodhiah, R., & Nawawi, T. (2017). Investigation of the Small Retailers' Performance Measurement Model. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 11(4), 517–529. <https://search.proquest.com/docview/2188843361?accountid=32819>
- Rujiyanto. (2019). Bab II Landasan Teori. *JouRujiyanto. (2019). Bab II Landasan Teori. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. *Rnal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sari,(2022). Pengaruh Sikap Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.756>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.

- Shintia Ikrima. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Ganjil ( Odd Price ) Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Konsumen Suzuya Mall Banda Aceh ) Disusun Oleh : Shintia Ikrima Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-.
- Sitompul, S. S. (2019). Model Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 322–334. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>
- Situmorang, A. D. (2019). Pengaruh Dimensi Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Hypermart Di Bandar Lampung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25.
- Sriyanto, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *NYLON Thailand*, 8(1), 21–34. <http://nylonthailand.com/asianbrandambassador>
- Stacia, Supand, & Mirah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Minta Beli Konsumen di PT. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal Borneo Cendekia*, 3(2), 40–46.
- Suharyanto, S., & Lestari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24. <https://journals.stie-yai.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/459>
- Suryani, M., Nusaibatul, N., & Nurul, P. (2022). Determinants of Impulsive Purchases in Shopee E-Commerce During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(1), 457–476. <https://journal.y3a.org/index.php/mudima/index>
- Tjiptodjojo, K. I. (2012). Odd Price : Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 141–149. Wahyudianto, M. Z. (2020). I. 5.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Zunita, P. O. (2018). Efektifitas Model Discovery Learning Dan Guided Discovery Ditinjau Dari Ketrampilan Pemecahan Masalah Matematika Terhadap Hasil Belajar Kelas 4 Dabin 2 Dan 3 Kecamatan Godong-Grobogan. *Journal for Lesson and Learning Studies*, 1(3), 268–278. <https://doi.org/10.23887/jlls.v1i3.15013>



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114  
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.  
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: [lib.unwira@gmail.com](mailto:lib.unwira@gmail.com)

**SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI**

**Nomor: 480/WM.H16/SK.CP/2024**

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Inosius Gabriel Seran  
NIM : 32120046  
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen  
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Simon Sia Niha, SE , M.Si  
2. Engelbertus G.Ch. Watu SE. MM  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Penjualan Harga Ganjil Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Di Ramayana Lestari Sentosa Kupang Yang Dimediasi Oleh Minat Beli**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar 11 ( Sebelas ) %.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 22 Mei 2024

Kepala UPT Perpustakaan,



**Silvester Suhendra, S.Ptk**