

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Napik, N. Q. dan B. S. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian Ipteks, Vol. 3, No.*
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(1), 71–78.* www.fe.unisma.ac.id
- Alif Saprina Aisyi, S. R. T. A. (2022). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENTREPRENEUR DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP PURCHASE DECISION DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI KASUS PADA STREET BOBA DI SEMARANG. *Diponegoro Journal of Management, Volume 11,.*
- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto, P. (2021). Perceived Risk and Security in Creating Online Purchasing Decision At Marketplace in Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and Economic), 7(2), 162.* <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i2.7553>
- Anwar, R. N., & Wardani, W. A. (2023). Pengaruh electronic word of mouth dan country of origin terhadap purchase decision produk skincare lokal serum wajah Somethinc. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ..., 5(12), 1–9.* <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3544>
<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/3544/2890>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran.* Deepublish.
- Azizi, F., & Yateno, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 1(2), 260–277.* <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.595>
- Baskara, I. B. (2018). PENGARUH POTONGAN HARGA (DISCOUNT) TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis, Vol.5, No., 7823–7830.*
- Bunyamin, B., & Baso, M. I. H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Motor Suzuki pada PT Sinar Galesong Mandiri Di Makassar. *MACAKKA Journal, Vol.2 No.2.*
- Candra, V., Simarmata, N. I., Mahyuddin, Purba, B., Purba, S., Chaerul, M., et al.

- (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Dwitama, Y., Syofian, S., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Penilaian Produk, Gratis Ongkos Kirim, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pria di *E-Commerce* Shopee di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.193>
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Gramedia Jakarta.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1203>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas Jilid 1)*. Erlangga.
- Mariana. (2019). HUBUNGAN SIKAP KONSUMEN PADA DISCOUNT DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK FASHION PADA REMAJA AKHIR (Studi Pada Mahasiswa Semester 1 UIN Malang Tahun 2008/2009). *Universitas Islam Negeri (Uin) Malang*, 1–173.
- McCarthy, J., Perreault, W.D, dan Cannon, J. P. (2019). *Pemasar Dasar (Pendekatan Manajerial Global)*. Salemba Empat.
- Musnaini, Sutoyo, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cendikia Mandiri Group.
- Pamartaningtyas, M. M. A. S., Budiarsi, Y., & Mia, M. (2021). Social Media Marketing, Lifestyle, dan Brand Awareness: Pengaruhnya pada Purchase Decision Kopi Neira di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 10(2), 83–91.
- Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawato, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Academica: Journal ...*, 7(1), 68–92. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/7400>
- Putri, N., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Discount dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna TikTok Shop di Kota Medan. *Journal on Education*, 06(01), 9086–9096. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Rachmawati Harum, J., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2021). PENGARUH PERMISSION EMAIL MARKETING TERHADAP

PURCHASE INTENTION DAN DAMPAKNYA PADA PURCHASE DECISION (Survei Pada Customer Lazada Indonesia). *Profit*, 15(01), 8–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.2>

- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Santoso, W. A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Diskon, Promosi Penjualan, Gratis Ongkos Kirim Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee *Journal of Economic, Business and ...*, 5(2), 289–298. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/6061%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/download/6061/3066>
- Saputri, C. C., & Dharasta, M. A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka (Studi Pada Taruna/I Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta). *Media Online) Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, Vol.5, No.
- Septian, F. D., & Rubiyanti., R. N. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser and Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Geoff Max Bandung Shoes. *E-Proceeding of Management*, Vol.6, No.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. CV PustakaAbadi.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Tengku Firlil Musfar. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash on Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada *Skripsi*, 67.
- Yohanda, A. R. (2019). *Pengaruh Promosi, Perceived Ease Of Use dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Jasa Angkutan Go-Jek pada Mahasiswa di Universitas Negeri Padang*. Universitas Negeri Padang.
- YUNITA, N. R., SUMARSONO, H., & FARIDA, U. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>
- Zozalbo, F., & Astuti, R. (2022). *The Effect of Specific Discount Pattern and Product Type on Customers' Purchase Intention in E-commerce Platform*. January. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316875>