

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Nadir, and Saino Saino. "Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian." *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 18, no. 4 (December 27, 2021): 624–34. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>.
- Alawiyah, Tuti. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Event Tanggal Kembar (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee)." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 5, no. 1 (January 25, 2023): 5418–26. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11896>.
- Alghifari, Aruf Yusuf, and Tri Septin Muji Rahayu. "Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Onlibe Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 15, no. 2 (November 29, 2021): 223–36. <https://doi.org/10.24127/jm.v15i2.635>.
- Alnsour, Iyad. "Effect Of Sales Promotion Programs On Purchasing Behavior At Hypermarkets In Riyadh, KSA." *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, January 13, 2020, 16–31. <https://doi.org/10.36713/epra3008>.
- Amelia, Wan Rizca, Siti Alhamra Salqaura, and Wan Dian Safina. "Promosi Cashback Pada Ovo dan Harga dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)* 4, no. 2 (December 7, 2023): 144–51.
- Ariska, Yesi Indian, Nirta Vera Yustanti, and Rahayu Ervina. "Dampak Tagline 'Gratis Ongkos Kirim' Dan Program Flash Sale Pada Marketplace Shoppe Untuk Mendorong Impulsive Buying Secara Online." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. S1 (March 30, 2022): 109–20. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2005>.
- Auli, Shoffi'ul, M. Ridwan Basalamah, and Restu Millaningtyas. "Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 15 (July 2, 2021). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/11391>.
- Budiastuti, Dr Dyah, and Agustinus Bandur. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media, 2018.
- Dedi Ansari Harahap. "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus | JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia" Vol 9, no. 2 (September 26, 2018): 195. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>.

- Diyatma, Aris, and Irma Rahayu. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro &bar." *eProceedings of Management* 4, no. 1 (April 1, 2017). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4641>.
- Fauziah, Fauziah. "Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop 'Shoppe' Dalam Meningkatkan Penjualan." *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (March 24, 2020): 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.792>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pertama. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hatta, Madani, Baihaqi Baihaqi, and Resti Ramahdaniati. "Perilaku Berbagi Pengetahuan Akuntansi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan Theory Of Planned Behavior (TPB)." *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS* 5, no. 1 (July 25, 2017): 26–44. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i1.449>.
- Istiqomah, Mira, and Novi Marlina. "Pengaruh promo gratis ongkos kirim danonline customer ratingterhadapkeputusan pembelian produk fashion." *JURNAL MANAJEMEN* 12, no. 2 (August 18, 2020): 288–98.
- Jannah, Miftakhul, Budi Wahono, and Khalikussabir Khalikussabir. "Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 13 (January 6, 2022). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/14374>.
- Jayanti, Niken Anisa, Siti Saroh, and Daris Zunaida. "Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang)." *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)* 9, no. 2 (August 23, 2020): 322–29.
- Kurniawan, Johannes. "Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park." *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata* 4, no. 1 (June 22, 2021): 12–16.
- Kurniawati, Anna, and Nafiah Ariyani. "Strategi Promosi Penjualan pada Marketplace Shopee." *PROPAGANDA* 2, no. 1 (January 24, 2022): 65–79. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.514>.
- Kusnawan, Agus, Silaswara Diana, Andy Andy, and Sefung Tjong. "Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang." *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera* 5, no. 2 (December 27, 2019). <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>.

- Kusumah, Echo Perdana. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FEUBB, n.d.
- Laylan Syafina. “Metode Penelitian Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif,” 2019. <https://id.z-library.se/book/23211280/7188d9/metode-penelitian-akuntansi-pendekatan-kuantitatif.html>.
- Leyley, Wiliardi lexi, Wahyu Cahyo Pratama, and Vicky F. Sanjaya. “Pengaruh Promosi Big Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda Di Kabupaten Tanggamus.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo* 3, no. 1 (2022): 1–9.
- Liputan6.com. “E-Commerce No.1 Pilihan Pengguna Berdasarkan Riset Snapcart Perilaku Belanja Online Jelang Ramadan 2023.” liputan6.com, March 20, 2023. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5237467/e-commerce-no1-pilihan-pengguna-berdasarkan-riset-snapcart-perilaku-belanja-online-jelang-ramadan-2023>.
- Manapul, Kent, Joshua Isidro, Menchie Hernandez, and Ronald Fernandez. “The Influence of Shipping Fees in Customer Purchase Decisions for Online Retailers Residing within the Philippines.” *Journal of Business and Management Studies* 4, no. 1 (March 9, 2022): 203–12. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.23>.
- Maulana, Hutomo Atman, and Yunelly Asra. “Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan.” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7, no. 2 (December 22, 2019): 162–65. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>.
- Mawardani, Fitri, and Renny Dwijayanti. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9, no. 3 (July 15, 2021): 1455–63. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1455-1463>.
- Media, Kompas Cyber. “Simak Tren Belanja ‘Online’ di ‘E-commerce’ Usai Pandemi Covid-19 Halaman all.” KOMPAS.com, July 13, 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/07/14/060000926/-simak-tren-belanja-online-di-e-commerce-usai-pandemi-covid-19>.
- Melfaliza, Dara, and Ahmad Nizam. “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee.” *JURNAL ILMIAH MAHASISWA EKONOMI ISLAM* 4, no. 2 (December 29, 2022): 192–204. <https://doi.org/10.24815/jimeki.v4i2.25094>.
- Metha, Cyrus R., and Nitin R. Patel. *IBM SPSS Exact Tests*, 2012. https://www.ibm.com/docs/en/SSLVMB_27.0.0/pdf/en/IBM_SPSS_Exact_Tests.pdf.

- Mointi, Renny, and Oktovianus Sauw. "Promosi Cashback, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia)." *YUME : Journal of Management* 6, no. 1 (January 19, 2023): 251–59. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3547>.
- Ningsih, Handayani Rahayu, and Septyan Budy Cahya. "Pengaruh Sales Promotion Dan Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif FEB UNESA)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 2 (August 24, 2022): 1689–1700. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1689-1700>.
- Nurfadhilla, Arti Cipta, Nanik Eprianti, and Intan Manggala. "Analisis Keputusan Pembelian Produk Shopee Affiliate Pada Perilaku Konsumen Muslim Mahasiswa Fakultas Syariah Angkatan 2018." *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 2, no. 2 (July 29, 2022): 278–85. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.4491>.
- Nurhayati, Siti. "Waduh! Shopee Live Bikin Seller Rugi, Korban Merasa Kapok: Emosinya Kerasa Banget - Kilat - Halaman 2." Waduh! Shopee Live Bikin Seller Rugi, Korban Merasa Kapok: Emosinya Kerasa Banget - Kilat - Halaman 2, August 8, 2023. <https://www.kilat.com/sainstek/8449742465/waduh-shopee-live-bikin-seller-rugi-korban-merasa-kapok-emosinya-kerasa-banget>.
- "Orang Indonesia Makin Melek Internet | Indonesia Baik." Accessed September 19, 2023. <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet>.
- "Pengunjung Shopee Dan Blibli Naik Pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun | Databoks." Accessed September 23, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>.
- Pernanda, Teguh, Andi Aswan, and Bintang Balele. "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, Dan Cashback Terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet." *Journal of Business Administration (JBA)* 1, no. 2 (December 3, 2021): 122–35.
- Pramesti, Gilda, Azizah Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, and Dika Vivi Widyanti. "Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Bangun Rekaprima* 9, no. 1 (April 30, 2023): 35–42. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto. "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department

- Store Pasar Besar Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 38, no. 2 (September 26, 2016): 184–93.
- Putri, Nadia Miranda Effendi, and Budi Sudaryanto. “Analisis Pengaruh Price Discount Dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 2 (May 18, 2022). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33945>.
- Razali, Geofakta, Dessy Andamisari, and Jun Saputra. “Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2, no. 3 (July 26, 2022): 482–91. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>.
- “Riset Ipsos 2023, Shopee Jadi Marketplace Paling Banyak Dicari Dan Digunakan - Hal.2.” Accessed September 5, 2023. <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/165619/riset-ipsos-2023-shopee-jadi-marketplace-paling-banyak-dicari-dan-digunakan/2>.
- Riska, Cindy, Ilmi Nabilah, Julietha Natalia, and Putri Kholipah. “Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee,” August 18, 2022, 17.
- Rusni, Andi, and Ahmad Solihin. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 2 (December 25, 2022): 167–79. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3841>.
- Sari, Adinda Ayu Puspita, and Muhammad Alhada Fuadilah Habib. “Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop Di Kabupaten Tulungagung).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 17 (August 25, 2023): 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>.
- “Shopee.” In *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, October 2, 2023. <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Shopee&oldid=24403649>.
- Simangunsong, Ridhon, and Morina. “Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik* 1, no. 2 (December 22, 2021): 131–49. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>.
- Siregar, Gusnaini, and Nur Elfi Husda. “Pengaruh Custmor Review, Customer Rating Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian.” *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 5, no. 5 (November 15, 2023). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.8001>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisns Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2022.
- Syafina, Laylan, and Nurlaila Harahap. *Metode Penelitian Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif*. Pertama. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019.
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, and Atika Atika. "Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2, no. 4 (October 8, 2022): 734–49. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i4.3122>.
- Tranggono, Didiek, Ajeng Nidita Putri, and Juwito Juwito. "Pengaruh Terpaan Iklan Nacific Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun @nacificofficial.Id." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (October 1, 2020): 141–55. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.141-155>.
- Vazifehdost, Hossein, and Amir Asadinezhad Jamali. "The Relationship Between Store Name, Brand Name and Price Discounts on Purchase Intentions." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY, July 1, 2017. <https://papers.ssrn.com/abstract=3419371>.
- Waluyo, Minto. "Teknik Analisis Data Multivariat Dengan Structural Equation Modelling (SEM)." *TEKMAPRO Teknik Industri FTI UPNV* 2, no. 2 (2012): 124–39.
- Wang, Hu, Di Li, Changbin Jiang, and Yuxiang Zhang. "Exploring the Interactive Relationship between Retailers' Free Shipping Decisions and Manufacturers' Product Sales in Digital Retailing." *Sustainability* 15, no. 17 (January 2023): 12762. <https://doi.org/10.3390/su151712762>.
- Wangi, Laura Pandan, and Sonja Andarini. "Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee." *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 1 (April 30, 2021). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.
- Wijaya, Tony, and Santi Budiman. *Analisis Multivariat Untuk Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: POHON CAHAYA, 2016.
- Zhong, Yingyu, Yingying Zhang, Meng Luo, Jiayue Wei, Shiyang Liao, Kim-Lim Tan, and Steffi Sze-Nee Yap. "I Give Discounts, I Share Information, I Interact with Viewers: A Predictive Analysis on Factors Enhancing College Students' Purchase Intention in a Live-Streaming Shopping Environment." *Young Consumers* 23, no. 3 (January 1, 2022): 449–67. <https://doi.org/10.1108/YC-08-2021-1367>.