

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarini, N., dkk. (2021). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian pada marketplace.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash on Delivery dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>
- Febria, Setiawan, & Sulaeman. (2022). Pengaruh promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk fashion pada pengguna marketplace Shopee di Indonesia.
- Geofakta Razali, dkk. (2022). Pengaruh promosi diskon dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Haryani, H., Salsabila, C., & Cahayati, N. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Customer dalam Melakukan Pembelian Marketplace Shopee.
- Irawan. (2020). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.
- Istiqomah, R., & Asral. (2024). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
- Istiqomah, R., & Marlana. (2020). Pengaruh gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- Maharani, N. P., & Budiarti, L. (2024). Pengaruh Potongan Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 166–170. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4424>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mirinda, A. P., Aprilia, M., & Afrianti, R. (2024). Analisis Pengaruh Diskon, Promosi, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Mandalika Program Studi Manajemen Angkatan 2021.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2018). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Muizzamith, M. A., & Sumaryanto. (2025). Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Shopee.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhana, P., & Turay, T. (2025). Pengaruh Diskon dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas).
- Razali, G., dkk. (2022). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Y., & Rohmah, A. K. (2025). Pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.

- Verawaty, V., & Seran, Y. P. (2023). The Influence of Social Marketing Media and Digital Influencers on Fashion Purchase Decisions through Customer Reviews on the Shopee Marketplace. *Jurnal Economic Resource*, 6(2), 375–386. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i2.705>
- Yarsasi, S., Tahyudin, I., & Hariguna, T. (2025). Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling pada Aplikasi SmartPLS. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 5(7), 1905–1913. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.885>
- Zulkifli, R., & Putri, S. L. (2025). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada Aplikasi Shopee.