

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, D. R., Hismi, Sahrul, & Riki. (2024). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Manuhara*, 2(1), 313–323. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara/article/view/630>
- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Parameter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Ananda, G. T., Rundupadang, H., & Rambulangi, A. C. (2024). PENGARUH DISKON HARGA, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFORM SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA TORAJA (UKIT) FAKULTAS EKONOMI. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(3).
- Anggraini, E. D., Sudirman, R., & Fahrurrozi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Deli Bakery Banyuwangi. Armstrong, G. (n.d.). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*. 1–63.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition”, England : Pearson Education, Inc
- Capriati, F., & Hikmah, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i1.8385>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021b). *Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembeli di Aplikasi Shopee*. 1(1), 167–186.
- Febriana, A. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Shopee Di Kota Makassar. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 2023. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3870%0Ahttps://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/download/3870/2053>
- Fransiskho, G., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2021). Pengaruh kepuasan konsumen dan diskon terhadap volume penjualan pt. atmindo tbk tanjung morawa. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2).
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Irawati, R. (2024). PENGARUH HARGA, VOUCHER DISKON DAN GRATIS ONGKIR DI APLIKASI SHOPEE FOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE MALANG. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 354-359.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2021). Pengaruh diskon flash sale, rating dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(13).
- Karunia, K., Misbahuddin, M., & Ridwan, S. (2023). 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 2(1), 256–263.

- Khaiwi, P. D., & Sismanto, A. (2024). Pengaruh E-Wom, Price Discount, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Platform Shopee. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(2), 732–750. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i2.6475>
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2016), “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniaditya, G. B., Purwaningtyas, D. A., & Fadhilah, Z. E. (2024). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Matahari Department Store. *Journal of Psychology Students*, 3(1), 13–20. <https://doi.org/10.15575/jops.v3i1.32270>
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K. (2015). Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective. *Advances in Economics and Business*. 1(1), 1-5.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129-140.
- Nafisah, F. R., & Murniningsih, R. (2021, November). Pengaruh E-Wom dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Price Discount Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Konsumen Shopee Di Kota Magelang). In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021* (Vol. 1, No. 1).
- Novitasari, D., Maulana, R., Hastuti, H., Puspitasari, N., & Surakarta, P. I. (2024). Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Seminar Nasional Amikom Surakarta*, e-ISSN: 30(2), 1432–1444.
- Pinasty, W. A., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(1), 9–19. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i1.7299>
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10127>
- Purnomo dkk. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Diskon, Ulasan Produk Dan GratisOngkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 673–681. *purposive sampling*. (2021). 15(2).
- Rahmawaty, I., Sa’adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh live streaming selling, review product, dan discount terhadap minat beli konsumen pada e-commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
- Rahmad, A. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. Com Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umsu. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Rizal, M. F., Hidayati, N., Evasari, A. D., Manajemen, P., Kadiri, U. I., Kediri, K., & Diskon, S. (2024). *Issn : 3025-9495*. 9(8).
- Rompas, W., Harga, P., Ulasan, D. A. N., Terhadap, P., Rompas, W., & Rompas, W. (2024). Pembelian Produk Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi the Effect of Price and Customer Reviews on Product

- Purchase Decisions on the Shopee Marketplace for Students of the Faculty of Economics and Busin. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 12(4), 865–874.
- Santoso, W. A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Diskon, Promosi Penjualan, Gratis Ongkos Kirim Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee Di Kabupaten Rembang). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), 289–298. <https://doi.org/10.32500/jebe.v5i2.6061>
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). PENGARUH FLASH SALE, CUSTOMER REVIEW, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE:(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 1, 322-328.
- Saputri, C. C., & Dharasta, Y. S. M. A. (2023). Pengaruh promosi dan diskon terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka (Studi pada Taruna/I Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta). *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 5(1), 9-22.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja online melalui aplikasi Shopee (Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee di Bekasi). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*.
- Siti Noor Aisyah, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Customer Rating Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.83>
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtyas, N. (202). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, Cashback Promotion dan Discount Flash Sale Terhadap Minat Beli Produk Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627-638.
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, n.d. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi 3, Cetakan Ke-3. 2021.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh persepsi harga, diskon, dan customer experience terhadap loyalitas pelanggan produk fashion Shopee. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1-16.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2018, Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan,dan Penelitian. Yogyakarta: Andi

Wijaya, S. (2022). *PENGARUH DISKON, PROMOSI, DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE KOTA T ANGERANG* (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).