

DAFTAR RUJUKAN

- A.M, Morissan. 2015. Periklanan komunikasi pemasaran terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Abdullah, T & Tantri, F. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Adi, Ignatius Venta Wijaya. 2015. Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Distro Koffin Store di Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas SanataDharma.
- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Agus, Ristono. 2009. Manajemen Persediaan. Edisi 1. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. 5(2), 571–579.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asterrina, Febrya. dan Hermiati, Tuti. 2011. Pengaruh Discout terhadap Perilaku Impulse buying, Studi pada Konsumen Centro Department Store Margo City. FIS dan Politik. Universitas Indonesia.
- Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee*. Jurnal

- Ilmiah Riset Manajemen, 10(15),111-121.
- Baskara, Indra Bayu. 2018. Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember), Department of Management FEB UMM.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 3, No. 1.
- Bayu, I. B. (2017). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impluse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember).
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Caniago Aspizain dan Agung Edi Rustanto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora dan Kebijakan Publik.
- Djaslim Saladin, 2003. Intisari Pemasaran. Penerbit Linda Karya, Bandung.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Dwi Anggi Novianti. (2020). Covid-19 Catatan Linimasa Para Analis Muda. Gramedia Pustaka Utama.
- Firdaus, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan,

- kepercayaan, kemanfaatan dan tagline gratis ongkir terhadap minat beli ulang pada situs shopee online shop (studi pada mahasiswa feb unisma). e – Jurnal Riset Manajemen prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, 9(17).
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran produk dan merek: planning dan Strategy. Yogyakarta: Qiara Media.
- Gitosudarmo, I. (2000). Manajemen Pemasaran (Edisi Pert). BPFE-UGM.
- Halim, Rifanto dan Iskandar. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. Volume 4. Nomor 3. Halaman 415- 424
- Hidayat. (2018). Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 7784.
- Indro Wahyudi. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pengembang Perumahan Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ismail. 2018. Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Istiqomah, Mira, dan Novi Marlana, “Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion”, Jurnal Manajemen 2 no. 2, (2020): 290

- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 9, No 3, 1402- 1412.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 3851.
- Jefferly Helianthusonfri. 2014. 77 Cara Dahsyat Meledakkan Omzet Toko Online. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- JurnalEntrepreneur.(2017). Memahami Promo Free Ongkir yang Semakin Berkembang. Diakses pada Juni 11, 2022, from <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-memahami-promo-free-ongkir-yang-semakin-berkembang/>
- Jusuf, indriani D. 2018. Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online. Yogyakarta: ANDI
- Kapriani, dan Ibrahim, “Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi”. *Jurnal Manajemen & Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar*, 2022
- Khairinal. (2016). Menyusun Proposal, Skripsi, Tesis & Disertasi. Salim Media Indonesia(Anggota IKAPI).

Kotler, P. (2005). Manajemen pemasaran. Indeks

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid. 1, Ed. 13. Erlangga.

Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga

Kumala, F.O. N., Achmad Fageh. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. JURNAL ECODOMIA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis. 6(1). 1-10.

Kurniawan, G. 2020. Perilaku Konsumen. Jakarta: Mitra Abisatya

Li, C., Zhu, L., & Phongsatha, T. (2021). Factors Influencing Consumers Purchase Intention Throught Tiktok of Changsha , China Residents. AU-EJournal of Interdisciplinary Research, 6(2), 113–124.

Mariana. 2009. Hubungan Sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir. Skripsi (Tidak Diterbitkan).

Makmur, Syafrudin. Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik, Tangerang Selatan: FSH PRESS, 2019.

- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 7 No. 2.
- Muhson, Ali. 2015. *Modul Pembelajaran Desain Penelitian*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Murtadana, Ricky. 2014. Pengaruh Komparatif Sikap terhadap Iklan *Soft* dan *Hard Copy* pada Minat Beli Konsumen. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Nawawi, Hadari. 2015. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada Uversity Press.
- Nurdian, G. (2022). Data Statistik TikTok 2022. URL: <https://grahanurdian.com/statistik-tiktok-2022/>.
- Pratama, Aditya Putra. Moehammad Gafar Yoedtadi. “Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee.” *Prologia* 5, no. 1 (2021): 204.
- Priansa. J. D. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, Dwi. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, Nobel Ibrahim, Edriana Pangestuti dan Lusy Deasyana Rahma Devita. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail (Survei Online pada Konsumen Matahari Departement Store di Malang Town Square). *Administrasi Bisnis*, 61(4) 1-9.

- Rachmawati, Ita. Lailatus Sa'adah, & Nur Amalia. 2020. Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya Terhadap P... LPPM.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah* , 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Rewlog. (2009). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alvabeta.
- Schiffman dan Kanuk. 2009. Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Septiani, T., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Adurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual. *Jurnal Teknologi dan Open Source* 3 (1), 131-143, 2020.
- Setyagustina, Kurniasih, M Joni, Abdul Kholik, and Winahyu Dwi, 'Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir dan Sistem COD Terhadap Minat Berbelanja *Online* di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 1.November (2022)
- Soemanagara. 2012. Strategic Marketing Communication. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung:alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, P. D. (2018). Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

- Suharno dan Yudi Sutarso, 2010, *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: Penerbit IN MEDIA-
Anggota IKAPI.
- Suryabrata, Sumandi. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*.
Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja
Rosdakarya, 2001.
- Sutisna. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Remaja Rosdakarya ,
2002.
- Suwandari. (2008). Pengaruh promotional mix pada peningkatan volume penjualan
Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto. *Jurnal pro bisnis*, 1(1).
- Syafitri. (2019). *Online Shop*. Nesaba Media, 1.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran (Edisi Pert)*. Andi Offset.
- Triyono. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Ombak.
- Veronika. 2016. *Pengaruh Iklan Dan brand Image terhadap Minat Beli Konsumen,
Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*. Jogjakarta: Universitas Sanata
Dharma.

Wibisaputra, Aditzya. 2011. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Winarno, S., & Sujana, ismaya. (2003). Kamus Besar EKONOMI. Pustaka Grafika.

Wu, J. (2021). Study of a Video-sharing Platform: The Global Rise of TikTok
Jingyi Wu. Master of Science in Management Studies.