

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung). *Manajemen Pemasaran*, 15–33.
- Ahdiat, adi. (2023). *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun*. Databoks.Katadata.Co.Id/.
- Ahmad Suryana. (2017). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Akbar, M. A. (2023). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Laptop Acer*. 8(2), 389–402.
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Andriani, K. W. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pos Indonesia (Persero) Cabang Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 54–69. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v4i1.15565>
- Anoraga, P. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56.
- Arliny, A., Muhammadun, M., & Resky, D. (2023). *Pengaruh Diskon Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pembeli di Toko Sejahtera Kota Parepare*. 1(2), 58–68. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v1i2.6406>
- Arsy, & Titian Virgi. (2019). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Asih, P. B. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di DKI Jakarta. *Skripsi*, 7–21.
- Auli Shoffi'ul, Ridwan Basalamah, M, Millannintyas, R. (2021). e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 111–121.
- Chang, L. (1994). A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity. *Applied Psychological Measurement*, 18(3), 205–215. <https://doi.org/10.1177/014662169401800302>
- Eko Saputri, M. (2023). *Pengaruh Diskon, Tagline Gratis Ongkir, Dan MarketingOnline Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow*. 31–41.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadijah, siti. (2023). *Memahami Harga Diskon: Tujuan, Tipe, dan Cara Menerapkannya*. Cermati.Com.
- Haudi, Santamoko, R., Rachman, A., Surono, Y., Mappedeceng, R., Musnaini, & Wijoyo, H. (2022). The effects of social media marketing, store environment, sales promotion and perceived value on consumer purchase decisions in small market. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 67–72. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.003>
- Hidayat fahrul, D. (2023). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Di Bank Sumut Kantor Cabang Pandan Sibolga. 1*, 31–41.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2021). *Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 38–51.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Kotler, P., Amstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Nadialista Kurniawan, R. A. (2021). Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- Nainggolan, Novitasari, Parinduri, & Taufik. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.340>
- Nurainun, & Syamsuri, A. R. (2022). The Effect of Discounts and Free Shipping on Shopee Marketplace Purchase Decisions with Advertising as Intervening Variable. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 5(3), 21460–21471.
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). *Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19*. 2(2), 153–171.
- Octavia, D. H. A., Zulfanetty, D. H., & Erida, D. (2017). Pemasaran Strategik Berorientasi Pasar (strategi meningkatkan bisnis UMKM). In

- Repository.Unja.Ac.Id.*
[https://repository.unja.ac.id/3962/%0Ahttps://repository.unja.ac.id/3962/1/buku cetak ade octavia.pdf](https://repository.unja.ac.id/3962/%0Ahttps://repository.unja.ac.id/3962/1/buku%20cetak%20ade%20octavia.pdf)
- Putra, G. S., Darna, N., & Setiawan, I. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P (Suatu Studi Pada CV. Sportwear Di Kota Bandung. *Uran Pemasaran 4p Analisis Strategi Ba.*
- Putri Melinda, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Ramdhani, D., & Maulina, R. (2023). The Effect of Price and Free Shipping on Purchasing Decisions in E-Commerce Shopee on Students of The Faculty of Economics Pasim National University. *International Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, 2(9), 1349–1368.
- Razak Mashur. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- 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>
- Saptarini, Binti Aprilia Nur, & Apriyanti. (2022). Pengaruh Rating Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 4, September*, 442–453.
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan). *Universitas HKBP NOMMENSEN*, 1.
- Sarifatun Nisa, F. (2020). *Pengaruh Diskon, Cashback, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. July, 1–23.
- Septiani, E., Tarigan, B., Silvani, A., Syahreni, J., & Hutagaol, J. (2022). Analysis Of Discount, Free Shipping And Product Diversity On Product Purchase Decisions On The Shopee Marketplace under a Creative Commons Attribution Non Commercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 9(01), 292–297. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhitasari, W. D. (2022).

- Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596–607.
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 111–121.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Dan Teknik Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 28–55.
- Wahyuni. (2020). *Bab iii metode penelitian 3.1*.
- Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash on Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada *Skripsi*.
- yudhistira. (2022). *Pengertian Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online*. Bhinneka.Com.

Website:

- Kompas.co.id. (2022a). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. <https://Kompas.Co.Id/>.
- Kompas.co.id. (2022b). *Melihat Data Penjualan MS Glow Hingga Menjadi Salah Satu Brand Kecantikan Viral*. Kompas.Co.Id.
- insertlive.com. (2022). *Cerita Sejarah Berdirinya MS Glow hingga ke Mancanegara*. Insertlive.Com/.
- shopee. (2023). *Apa itu program Gratis Ongkir?* Seller.Shopee.Co.Id/.