

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ridwan A.A, Achmad Agus Priyono, & Restu Millaningtyas. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan 2020. *Karya Ilmiah*, 13. no. 01(01), 1–8.
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781–1792. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394>
- Balhmar, M. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(10).
- Dewi Irana Sari, & Hasyim Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 06–20. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.294>
- Hasyim, N. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa FEBI IAIN Palopo*.
- 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*, 9(3), 1402–1412.
- Jemimu, Y. D., Novitawati, R. A. D., & Agustim, W. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang).
- Metek, S., Prihatminingtyas, B., & Agustim, W. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pabrik Tahu Adma Kota Malang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Muklis, A. C., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–347. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2811>
- Novitawati, R. A. D., & Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(4), 175-180.

- Novitawati, R.A.D., Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang.
- 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.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang. *JAMSWAP*, 4(4), 17-25.
- Sutanto, I. L., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Minat Beli Produk Roughneck Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2031>
- Taslim. T.M. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Taslim Jaya Kecamatan Delitua*. 1–61.
- Twin Matsni Atussa'dyah, & Lativa Hartaningtyas. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 498–511. <https://doi.org/10.56799/peshum.v1i5.573>
- Uria Yanita Situmorang. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Di Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Repository.Uma.Ac.Id*.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu simpati di Institute Perbanas. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 3(1), 13-30.
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–11.