

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110.
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90.
- Afdalia, Nadhira (2020). Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change. 110-123
- 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.
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Asih, & Bunga, P. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Dki Jakarta. *Skripsi*, 7–21.
- Bahwiyanti, J., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Dewi Mart Sultan Adam Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(3), 355–367.
- 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.
- Dianti, Y. (2024). Pengaru Diskon Dan Promosi Gratis Ongki Terhadap Minat Beli Seacara Online Pada Maahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan

- 2019 Fkip Universitas Jambi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 15(1), 5–24.
- Febriana Sulistya Pratiwi. (2022). Pengaruh Flash Sale, Cashback Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Aceh).2005–2003 ,(8.5.2017)9 ,.
- Ghozali. (2023). Pengaplikasian Uji T Dalam Penelitian Eksperimen. *Jurnal Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(3), 1978–1987.
- Hamizar, A., Nacikit, M. R., Holle, M. H., & Kamaruddin. (2024). Perilaku Adopsi Cahsless Sebagai Dampak Insentif Keuangan (Cashback, Diskon & Program Loyalitas). *Advantage: Journal Of Management And Business*, 2(1), 49–59.
- Hermawan Dalam Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634.
- Hidayanti, P. N. (2017). Jenis Data Penelitian. *Universitas Diponegoro*, August, 193.
- Indana Zulfana, M.Ridwan Basalamah, A. I. H. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Cashback Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Di Universitas Islam Malang). *E-Jrm: Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 12(2), 1633–1641.
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51.
- Www.Indotelko.Com
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace

- Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 2(1), 24–29.
- Layaman, Hafni Khairunnisa, R. R. (2022). *Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening*. 1(2), 61–73.
- M, S., & Wulan, W. (2023). Pengaruh Perilaku Berbelanja Online Generasi-Z Dengan Kemajuan Teknologi Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Almuslim Bireuen). *Jurnal Ekonomika*, 15(1), 1–5.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(3), 1370–1385.
- Martinus Robert Hutauruk. (2020). Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda (The Effect Of Pandemic Covid-19 On Factors Which Determine Consumer Behavior To Buy Staple Goods In Samarinda). *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162.
- Maulida, S. N. (2022). Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Suparyanto Dan Rosad* (Vol. 5, Issue 3).
- Muaviah, E., Dewi, A. A., & Febriani, N. (2023). *Generasi Z : Melangkah Di Era Digital Dengan Bijak Dan Terencana Pendahuluan Era Revolusi Digital Telah Mendorong Penggunaan Teknologi Digital Di Semua Bidang Kehidupan (Yang Et Al ., 2023). Generasi Z Mencakup Individu*

Yang Lahir Dari Tahun 1996 Perkem. 1(2), 63–81.

- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20.
- 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.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167–179.
- Sabilla, T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kopi Tuku). *Skripsi*, 6–19.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Sari, N. (2023). Pengaruh Flashsale, Product Bundling, Dan Cashback Terhadap Purchase Decision Konsumen Di Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang Pengguna Shopee). In *Manajemen*.
- Septiana, E., & Damanuri, A. (2024). Perubahan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Pembelian Consumer Goods Pada Era Digital Di Desa Beton. *Ijma (Indonesian Journal Of Management And Accounting*, 5(2), 248–261.
- Sudirman, M. (2023). Strategi Pemasaran. *Makalah Ilmiah Ekonomika*, 14(3), 124–128.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta*.
Cv.https://www.academia.edu/118903676/Method_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_Dan_R_And_D_Prof_Sugiono
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir

- Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Teresha, C., Fazri, A., & Musnaini. (2022). Pengaruh Diskon, Voucher, Dan Cashback Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Shopeepay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 20–27.
- Windyaningrum, F., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pelanggan H&M Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(2), 1650–1657.
- Witro, D., Nurjaman, M. I., Ayu, D., & Al-Rasyid, C. S. (2022). Kontestasi Marketplace Di Indonesia Pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Blibli Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *Oikonomika : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 33–42.