

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., & Mahmud, S. (2024). Pengaruh besaran diskon terhadap tingkat penjualan mobil pada PT. Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 257–265.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Amelia, N. A. R. (2020). *Analisis Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Study Pada Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA)*. Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 4(1), 28–37.
- Arkana, P. T., & Isa, M. (2024a). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella di Surakarta). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(2), 482–500.
- Arkana, P. T., & Isa, M. (2024b). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sepatu Ventella di Surakarta). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 482–500.
- Asri, K. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Ulasan Konsumen Brand Somethinc di Tiktok Shop terhadap Kepercayaan dan Perilaku Pembelian*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia.
- Blattberg, R. C., & Neslin, S. A. (1990). *Sales promotion: Concepts, methods, and strategies*. Prentice Hall.
- Darmawansah, S. E. (2025). *Strategi Pemasaran*. CV Eureka Media Aksara.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Global overview report*.
- Desfiriyadi, Waruwu, D. N., & Mursyidah, D. S. (2025). Pengaruh Brand Loyalty Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Platform E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA*, 4(1), 17–31.
- Digital, R. (2025). *TikTok revenue growth report 2017–2025*.

- Hanifah, D. (2024). *Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara*. Doctoral dissertation, IAIN Metro.
- Herdiansyah, A. I., Farida, E., & Hardaningtyas, R. T. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Live Streaming, Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen E-Commerce Tiktok Shop Di Kota Malang (Studi pada pengguna E-Commerce Tiktok Shop di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(1), 56–63.
- Hidayah, M., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Flash Sale, Gratis Onkgrir, Dan Viral Marketing Terhadap Implusif Buying Pada E-Commerce Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 6(1), 127–136.
- Imaniar, C., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2023). Analisis Pengaruh Price Discount, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Brand Jims Honey. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).
- 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)*, 2(5), 354–359.
- Irawati, R., & Herlian, N. S. (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.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 2(12), 288–298.
- Kumala, F. O. N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ecodemica*, 6(1), 1–11.
- Kusumaningati, I. D., Astuti, E. P., & Priyanto, A. (2024). Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen (JEAM)*, 1(1), 1–18.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmad, T. A. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Lelyana, L., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Diskon Dan Penilaian Produk Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gofood. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 10(1).

- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen dalam Mengelola Keuangan di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(11), 137–153.
- Maulidyna, E., Asiyah, S., & Khalikussabir, K. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Diskon, Dan Review Service Menu Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood (Studi Kasus Mahasiswa FEB Manajemen Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(2).
- Nawawi, M. F. (2023). *Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri)*. Doctoral dissertation, IAIN Kediri.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 6(3), 33–44.
- Panginan, P. W., Pasulu, I., & Pompeng, O. D. Y. (2024). Pengaruh Promo Voucher Gratis Ongkir, Discount dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(4), 383–395.
- Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Deepublish.
- Pramudiyan, J. A. (2024). *Pengaruh Cashback dan Diskon Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa IAIN Metro Prodi Ekonomi Syariah*. Doctoral dissertation, IAIN Metro.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771.
- Salsabilla, D. (2022). *Pengaruh Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Shopee (Studi Mahasiswa FEBI Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018)*. Doctoral dissertation, IAIN MANADO.
- Simanihuruk, P. (2020). Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha dengan pendekatan theory of planned behaviour (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 119–140.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019a). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

- Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019b). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Tovarel, M. J. R., Wahidah, N. N., Hidayatullah, W., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ladyfame Shop Di Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 122–132.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitati*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022a). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan transportasi online (Studi pada konsumen Maxim di Kota Manado). *Jurnal Emba*, 10(4), 511–521.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022b). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan transportasi online (Studi pada konsumen Maxim di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.
- Wibowo, N. S. (2025). *Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop*. Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Widodo, R. (2022). *Pengaruh gratis ongkos kirim, flash sale dan cash on delivery, terhadap keputusan pembelian di toko online shopee pada masyarakat kelurahan simpang baru kecamatan binawidya kota pekanbaru*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Wildan, M. A. (2025). Pengaruh Promo di Aplikasi E-commerce Shopee terhadap Minat Beli Konsumen. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2(10), 223–241.
- Wulandari, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Wulandari, S., Zahiroh, M. Y., Maknunah, L. L., & Halizah, S. N. (2025). Peran konten TikTok dalam mengembangkan branding sebagai media bisnis digital

yang berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78.

Yelta, R. K., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 929–944.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.

Zulkifli, R., & Putri, S. (2025a). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Aplikasi Shopee. *New Economy*, 1(2), 96–106.

Zulkifli, R., & Putri, S. L. (2025b). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Aplikasi Shopee. *New Economy*, 1(2), 96–106.

