

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, Asri Nugrahani. dan Widiartanto. “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)”. *Jurnal. Universitas Diponegoro*. Hlm. 1-11
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta
- Auli, Soffi’ul. M. Ridwan Basalamah. dan Restu Millannintyas. “Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee”. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma*. Hlm. 111-121
- Basuki, Agus Tri. dan Nano Prawoto. 2017. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers
- Darno. *Efektivitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awarness*. Malang: Universitas Negeri Malang
- Darwipat, Dermawansyah. Dkk. 2020. “Pengaruh Progam *Flash Sale* terhadap Prilaku *Impulsive Buying* Konsumen *Marketplace*”. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*. Vol. 1(2). Hal 58-64
- Devica, Sadana. 2020. “Persepsi Konsumen terhadap *Flash Sale* Belanja Online dan Pengaruhnya pada Keputusan Pembelian”. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol.04 (01)
- Farki, Ahmad. Imam Baihaqi. dan Berto Mulia Wibawa. 2016. “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia”. *Jurnal Teknik ITS*, Vol.5 (2). Hlm. 614-619
- Ghozali. 2007. *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haq, Rizna Intani Shaubil. Ayun Maduwinarti. dan Ute Chairuz M. Nasution. “Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, dan Ulasan Pembeli terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* Belia Cosmetic di Shopee”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Hlm. 36-40

- Hariyanto, Halila Titin. dan Lantip Trisunarno. 2020. "Analisis Pengaruh *Online Customer Rating*, dan *Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee". *Jurnal Teknik*. Vol. 9 (2). Hlm. A234-A239
- Irawan, Rudy. dkk.,. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widini Bhakti Persada Bandung
- Isgiyanto, Awal. 2009. *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset
- Istikomah, Nurul. dan Budi Hartono. 2022. "Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Bisnis Kompetitif*. Vol.1 (2)
- Istiqomah, Mira. dan Novi Marlina. 2020. "Pengaruh promo gratis ongkir dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion". *Jurnal Manajemen*. Vol.12(2). Hal. 288-298
- Jannah, Miftakhul. Budi Wahono. dan Khalikussabir. "Pengaruh Diskon *Flas Sale*, *Rating* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee". *e-Jurnal Riset Manajemen*. Prodi Manajemen. Hlm. 38-51
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, Agung Widhi. dan Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Liptan6. "Transaksi *E-commerce* Indonesia Rp 108,54 Triliun di Kuartal I-2022" <https://m.liputan6.com/bisnis/read/5032523/transaksi-e-commerce-indonesia-rp-10854-triliun-di-kuartal-i-2022> diakses pada 19 Oktober 2022.
- Liputan6, "Survei: Shopee Jadi *E-commerce* Paling Diminati di Indonesia", Diakses pada laman <https://m.liputan6.com/bisnis/read/5049331/survei-shopee-jadi-e-commerce-paling-diminati-di-indonesia>, pada 18 Desember 2022

- Maulana, Hutomo Atman. dan Yunelly Asra. 2019. "Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan". *Jurnal Inovasi Bisnis* 7
- Nainggolan, Nana Triapnita. dkk., 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Nighel, Syafina. dan Osa Omar Sharif. 2011. "Pengaruh *Flash Sale* terhadap Pembelian Impulsif *E-Commerce* Shopee di Jawa Barat". *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. 9(3). hal. 1335-1344
- Nugraha, Jefri Putri. dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management
- Pratama, Wahyu Cahyo. Dkk. 2021. "Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus". *Jurnal Ekonomi*. Manajemen dan Akuntansi. Vol. 3(1). Hal 1-9
- Purwanto. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ratminto. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Riduwan. 2012. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: PT. Alfabeta
- Rinaja, Atma Fadna. Ida Bagus Nyoman Udayana. dan Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. "Pengaruh *Online Customer Review, Word Of Mouth, and Price Consciousness* terhadap Minat Beli di Shopee" *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik, Universitas Bina Taruna Gorontalo*. Vol. 9 (3)
- Saputri, Respi., Asep M. R. dan Nor Norisanti . 2020. "Peran *Flash Sale* Dalam Memediasi Hubungan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Belanja *Online*". *Syntax Idea*. Vol. 2 (6)
- Saputri, Septia Indri. Ema Nurzainul Hakimah. dan Rino Sardanto. 2022. "Pengaruh *Flash Sale, Customer Review, Dan Gratis Ongkir* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Jurnal Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*
- Sigit, Soehardi. 2002. *Pemasaran Praktis (Practical Marketing)*. Yogyakarta: BPEE
- Simamora, Bison. 2001. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Sitinjak, Tumpal Janji Raja, dan Vivi Silvia. 2022. "Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. Vol.4 (8). Hlm. 3669-3674
- Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, Fakultas Ekonomi-Universitas Kanjuruhan Malang, <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>. Vol 3(3). Hal 165-182
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Prilaku Konsumen "Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran"*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali
- Swastha, Basus. Dharmesta dan Irawan. 2008. *Managemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, dan Atika. 2022. "Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, *Tagline* (Gratis Ongkir" terhadap *Impulsive Buying* Konsumen Generasi Z pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)". *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*. Vol.2 (4). Hlm.734-749
- Tim Penyusun buku panduan FEBI IAIN Tulungagung. 2018. *Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012), *Pemasaran Strategik* (2nd en.),
- Wicaksana, Grieffanny Pranata. dkk. 2020. *Pemasaran Kewirausahaan Sosial*. Malang: Inara Publisher
- Yu, J., Zha, Z. J., Wang, M., & Chua, T. S. 2011. "Aspect ranking: Identifying important Products aspects from *online consumer reviews*". *Proceedings of the 49th Annual Meeting of The Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies*, Vo.1, hal. 1496-1505
- Yustanti, Nirta Vera, Yesi Indian Ariska, dan Rahayu Ervina. 2022. "Dampak *Tagline* (Gratis Ongkos Kirim) dan Progam *Flash Sale* pada *Marketplace*

Shopee untuk Mendorong *Impulsive Buying* secara *Online*”, *Jurnal Ekombis Review*. Vol. 10

Zakiyyah, Amalina Maryam. 2018. “Pengaruh *Flash Sale* terhadap Pembelian *Impulsif Online* pada Toko *Online PulchraGallery*”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol.4(1). Hal.63-70

Zulfikar. *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish