

## DAFTAR REFERENSI

- Agrawal, S. &. 2016. Flash Sales–The Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation* (Vols. 192-195).
- Amstrong, K. d. 2016. *Prinsip- Prinsip Pemasadan* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Andini. 2016. *Pengaruh Tagline Gratis ongkir dan Iklan Youtube dari Shopee Terhadap Brand Awareness*. Jombang: M wahyu firmansyah.
- Gratis ongkos kirim*. 2018. Jakarta, Jakarta, Indonesia: Shopee Indonesia. From [shorturl.at/jrvK3](http://shorturl.at/jrvK3)
- Haraha, Edy Ansari p. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan*. Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3, November 2022
- H, S. a. 2013. *The influence of customer purchase decision on customer loyalty*. (Vol. 1). Retrieved 2023 from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3345>
- Istiqomah, Mira dan Marlana, Novi. *Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion*. 75 Jurnal Manajemen - Vol. 12 (2) 2020, 288-298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Mrullah, Romal, Atika, 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat". ISSN. Vol 5.Hlm 2-3.STIESIA.Surabaya
- Muniarty, Puji. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty Jakarta.
- Nugroho. 2018. *Perilaku konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana Persada Group.
- Nurmaini Dalimunthe, C. I. 2015. *analisis tingkat kepuasan pengguna online public access catalog (opac)* . Riau, Indonesia. Retrieved 12 2, 2022 from <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/1905>
- Palupi, G. A. 2022. *Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia*. Retrieved 12 30, 2022 from Goodstats: <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>

- Putra Baskara, Isnain. 2014. *Analisis pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Dian Nusawantoro.
- Roykhanah,Siti. 2018. *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya*. Vol 6 No.1. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya
- Shafa, Pradika Muthiya dan Hariyanto, Jusuf. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*. Sekolah
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Saticfaction, Strategi kompetitif* (Vol. 3). yogyakarta: Andi Offset.
- Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia – 2022