

DAFTAR PUSTAKA

- Asiyah, A. (2021). *Pengaruh Penilaian Produk Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Kabupaten Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Milannintyas, R. (2021). *Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada ECommerce Shopee*. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–112.
- Azizi, F., & Yateno, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro)*. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2), 260-277.
- Elwalda, A., Lü, K., & Ali, M. (2016). *Perceived derived attributes of online customer reviews*. *Computers in Human Behavior*, 56(0), 306–319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.051>
- Firmansyah, M. W. (2022). *Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Iklan Youtube dari Shopee Terhadap Brand Awareness*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Ghozali, I. (2022). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee*. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Practice Hall* (15th ed.). Pearson Education.
- Maley, N. M. S., Fanggidae, R. P. C., & Kurniawati, M. (2020). *The Effect of Promotions, Prices, and Hedonic Shopping motives on the Implusive Buying Behavior of Shopee Users (Study on Student FEB Udana)*. *Ekonomi & Ilmu Sosial*, 3(2), 124–126.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). *Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara)*. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.

- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). *Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Pandriadi, P., Van Harling, V. N., Wahab, A., Vaulina, S., Sutjiningtyas, S., Ningsih, E. K., Setyono, B. D. H., Rizqi, V., Harisuddin, M. I., & Gaffar, S. (2023). *Statistika Dasar*. Penerbit Widina.
- Roykhanah, S. (2018). *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*. https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf
- Sarah, E. M., & Sitanggang, K. M. (2022). *Pengaruh Flash Sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying Di Universitas Sari Mutiara Indonesia*. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 62–64.
- Sari, Linda Ratna (2024) *The Influence Of Ethical Leadership On Employee Commitment With Ethical Climate As A Moderating Variable*. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Volume4Nomor3Tahun2024Page17469-17478
- Souisa, W. (2022). *Pengaruh Flash Sale dan Citra Merek Terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Lazada*. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 512. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2674>
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Alfabeta.
- Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri*. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69-84.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, F. (2019). Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset. (A. Offset (ed.)).

Tjiptono, Fandy. 2020. *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta*

