

**Daftar Pustaka**

- Aulia, S., Basalamah, M.R., Millanintyas, R. (2020). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-Jurnal Riset Prodi Manajemen*, 10(15), 111-121.
- Azizi, F., Yateno. (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.
- Anshori, I. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 165-181.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.(Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Budhi, G.S. (2016). Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia. *Jurnal Electronic, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 78-82.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dira, M. R., & Kartika, T. FENOMENA ONLINE BUYING BEHAVIOR DALAM PANDEMI COVID-19 (STUDI INTERAKSI SIMBOLIK PADA GENERASI MILENIAL).
- Fauziyah, A. R., Fadhila, P. R., & Rakhmawati, N. A. (2021). Hubungan Akses E-commerce, Minat Beli, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Promo Tanggal Kembar. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 9(3), 306-315.
- Febrianto, D. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BliBli.com Pada Pengikut Akun Twitter @blliblidotcom. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 206-217.
- Firdaus, M., Rachma, N., Rizal, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli

- Ulang Pada Situs Shopee Online Shop. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9(17), 138-155.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European management journal*, 25(5), 395-410.
- Haubl, G., & Trifts, V. (2000). Consumer decision making in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. *Marketing science*, 19(1), 4-21
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). *Pengantar Manajemen*.
- Hariyanto. (2021). Pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan bisnis online. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 6 No. 1 (2021) hlm. 1-14*
- KataData.co.id. (2024). Faktor Utama Pendorong Belanja Online di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: Mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5, 1-21.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80(6), 69-96.
- Lestari, L.D., Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fenomena HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1482-1491.
- Mangkunegara, A. A. P. (2012). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Meitikasari, D., & Drianus, O. (2021). Rekognisi Axel Honneth: Gramatika Moral Bagi Defisit Rasionalitas Beragama. *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, 6(1), 24-47.
- Mustomi, D., Puspasari, A., & Azizah, A. (2020). Analisis Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Dimasa Pandemic Covid-19. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(2), 289-298.
- Nasution, A. U. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Pada Marketplace TOKOPEDIA (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FEB USU).
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention. *International Journal of business and management*, 8(6), 128.
- Oktaviani, N. (2018). Belajar Online Melalui Aktivitas Pengembangan Wirausaha Kuliner Berbasis Komunitas Online (Studi Pada Komunitas Online “LE” Media Sosial Facebook). Doctoral dissertation. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Raco, J. R. (2010). Metode penelitian kualitatif jenis, karakteristik dan keunggulannya. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahayu, DW. 2019. Penerapan Diskon dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square, Universitas Islam Blitar, Blitar.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salmons, J. (2015), *Qualitative Online Interviews: Strategies, Design, and Skills* , 2nd ed., Sage, Thousand Oaks, CA.
- Sari, V.N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Wiwaha*, 1-55.
- Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Di Universitas Airlangga, *Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No.*

- 2 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>, (diakses pada tanggal 14 Oktober 2021).
- Sari, D. P., & Hayati, I. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19 (Doctoral dissertation, UMSU).
- Sarwoko, E., & Churiyah, M. (2007). Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian minuman merek aqua berkaitan dengan penerapan program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(2), 147-164.
- Senjaya, V. (2013). Pengaruh customer experience quality terhadap customer satisfaction & customer loyalty di kafe excelso tunjungan plaza surabaya: perspektif b2c. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Shafinazh, N. (2020). Pengaruh Promo Shopee “Tanggal-Tanggal Istimewa” Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung, ID:
- Sunyoto, D. (2013). Perilaku Konsumen. Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen), cetakan pertama, Penerbit: CAPS, Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Buku Seru.
- Suparno, B. A., & Pujiastuti, E. E. (2005). Sistem Kognitif Individu Dan Perencanaan Pesan Iklan Dalam Perilaku Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 15-27.
- Surliana., Zulkarnaen., Irianto., Kisnawati, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada). *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 82-90.
- Surapati, U., & Mahsyar, S. 2020. RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER BEHAVIOR, DISCOUNTS AND PURCHASE DECISION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).

- Tiantian, T. A. N. G., & Liaogang, H. 2017. Research on the Influence of Price Promotion on Consumer Purchase Decision under Network Environment. In 2nd International Conference on Education Technology and Economic Management (ICETEM 2017).
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Andi: Yogyakarta.
- Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1-9.
- Wijaya, H. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF: sebuah tinjauan teori & praktik. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wildan, M., Arifin, R., Hufron, M. (2018). Pengaruh Harga, Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan 7 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 7(15), 103-116.
- Yosepha, S.Y., Sulhendri., Asmana, S. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BliBli.com Dengan Pajak Sebagai Variabel Faktual (Studi kasus pada pengikut akun Twitter @bliblidotcom). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 238-249.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/29/ini-sederet-faktor-utama-pendorong-belanja-online-di-indonesia-apa-saja>