

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131.
- Amalia, P. (2023). *Pengaruh Diskon Tanggal Kembar dan Gratis Ongkir Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam UII*.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49–56.
- Aulia, S. N., Nugraha, I. S., Nazya, A. F., Marcelino, M. D., Prehanto, A., & Purwaamijaya, B. M. (2023). Korelasi Event Tanggal Kembar Terhadap Daya Minat Beli Masyarakat di Shopee. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 141–148.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).
- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669.
- Djaali. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* (S. Fatmawati, Ed.; Cetakan Kedua). Bumi Aksara
- Enriza, M. H., & Putra, A. S. (2024). Pengaruh Event Tanggal Kembar di Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 1046–1051.
- Ermansyah, E. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Masyarakat Muslim Pada Mie Instan Lemunilo Di Kota Bagansiapiapi. *JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi*, 1(2), 120–129.
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). *Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia*. 12(1), 59–69.
- Huda, R. A., Rahmawati, P., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Diskon Dan Flash Sale Online Shop Terhadap Minat Beli Online Pada E-Commerce Shopee:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Upgris). *Humanitis: Jurnal Homaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(7), 671–681.
- Maharani, T. R., Dartanala, M. A., Maharani, A. D., & Jallow, H. A. R. (2022). *Keputusan Pembelian Pada Promo Tanggal Kembar Platform ECommerce Shopee*. 1, 674–684.
- Menarianti, et al. (2024). *E-commerce*. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2).
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh potongan harga dan bonus terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.
- Pakpahan, R., Febriyanti, S., Berliana, D., & Esmeralda, R. N. (2024). Pengaruh Promo Event 6.6 Flash Sale Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 8(1), 89–98.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap niat pembelian gadget di shopee indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40.
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204–209.
- Putri, N. E., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(3), 282–294.
- Rachmad, F. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Nama Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Rotte Bakery pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. *JAWI: Journal of Ahkam Wa Iqtishad*, 1(3), 140–151.
- Rahayu, D. (2019). *Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square*. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12 (2), 42–51.

- Rahayu, N., Rakhmawati, D., & Arista, I. G. A. (2024). Pengaruh Live Streamer Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulsive Buying (Studi Kasus Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mataram). *Ganec Swara*, 18(1), 263–268.
- Ramadhan, I. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi*.
- Rosmawarni, et al. (2024). *E-commerce*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: Harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2023). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Taan, H. (2021). Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89–96.
- Tawasuli, L., & Kholifah, K. (2023). Korelasi Special Event Day Tanggal Kembar Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Shopee. *Journal of Digital Business and Management*, 2(2), 91–96.
- Wardhani, S. L., & Kusuma, M. W. (2024). Strategi Marketing: Efek Event, Viral, dan Affiliate pada Minat Beli Konsumen di Marketplace SHOPEE. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(3), 231–244.
- Yonanda, S. (2023). Pengaruh Free Gift dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di MS Glow Kediri by Yowanita. *Jurnal Program Studi Manajemen*.