

DAFTAR PUSTAKA

- Carissa, Tiffani, and Akhmad Edhy Aruman. 2019. "Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2): 1–11.
- Fitriyana, Rani, and Khamo Waruwu. 2022. "Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Platform Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Feb Utn)." *Value* 3 (1): 11–24. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.308>.
- Fitrotin, Rona Rofia, and Tri Sudarwanto. 2022. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10 (1): 1492–1500. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1492-1500>.
- Hartawan, Erick, Delfin Liu, Marc Richardo Handoko, Geraldo Evan, and Handyanto Widjojo. 2021. "Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 8 (1): 217–28. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>.
- Japarianto, Edwin, and Stephanie Adelia. 2020. "Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14 (1): 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>.
- Kurniawati, Anna, and Nafiah Ariyani. 2022. "Strategi Promosi Penjualan Pada Marketplace Shopee." *Propaganda* 2 (1): 65–79. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.514>.
- Kusnawan, Agus, Silaswara Diana, Andy Andy, and Sefung Tjong. 2019. "Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang." *Sains Manajemen* 5 (2): 137–60. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>.
- Maulana, Firman. 2022. "PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN RATING PRODUK TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Konsumen Gurita Bakar Malang Pengguna Shopeefood) SKRIPSI Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Admininstrasi Bisnis Oleh." *Jiagabi* 11 (2): 118–28. http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/5048%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/5048/S1_FIA_21801092042_FIRMAN MAULANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Nur Arlina Febrianti, Dadang Krisidanto, Karina Utami Anastuti. 2023. "Pengaruh Harga, Potongan Harga Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli

- Pada E-Commerce Tokopedia.” *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/ Bisnis*, 2(14), 2302–7150. 14 (2): 5–24.
- Nurhasanah, Ery, and Karyaningsih. 2021. “Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pada Website Sophie Paris.” *YUME : Journal of Management* 4 (1): 177–86. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.343>.
- Nurjanah, Rahma, Yohanes Vyn Amzar, and Nadia Rizkiah. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Masyarakat (Studi Kasus Pengikut Instagram Muslimah Thread).” *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter* 10 (1): 25–38. <https://doi.org/10.22437/pim.v10i1.16289>.
- Pratama, Aditya Putra, and Moehammad Gafar Yoedtadi. 2021. “Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee.” *Prologia* 5 (1): 204. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10127>.
- Pratiwi, Aceria Mega Putri, Ambok Pangiuk, and Muhammad Ismail. 2023. “Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang.” *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* 1 (2): 1–18. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/726>.
- Ranti, Margie Sabina, and Ari Setiyaningrum. 2022. “Faktor-Faktor Penentu Minat Beli Produk Di e-Commerce.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 22 (1): 1–16. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.4850>.
- Satya Pratama, Evan, and Kartika Imasari Tjiptodjojo. 2012. “PENGARUH FLASH SALE PROMOTION DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE Abstrak,” 412–19.
- Sonia. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Tokopedia Di Kota Batam.” *Scientiaupb* 3 (2): 58–66. <http://www.tjybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.
- Sudiantini, Dian, Ilma Diniyah, Roganda Andreas, Agung Setiawan, and Ayu Diah Puspita. 2023. “Pengaruh Program Cashback Terhadap Minat Beli Konsumen Di E-Comeerce.” *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi* 1.
- Sudrajat, Ratih Hasanah, Berlian Promadanisatria Putri, and Cindy Novtantia Putri. 2017. “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Pada Potongan Harga Di Iklan Televisi Bukalapak . Com Versi Hari Belanja Online Nasional 2015 Terhadap Minat Beli Remaja Di Kota Bandung).” *E-Proceeding of Management* 4 (1): 972–84.
- Sumaa, Susilawati, Agus Supandi Soegoto, and Reitty L Samadi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi Manado).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9 (4): 304–13.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>.

Supiyanti, Riska. 2018. “Pengaruh Bonus Pack Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu Asrama Haji Medan.” <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/9906>.

Wijanarko, Roby Octavian. 2017. “Evaluasi Penentuan Kualitas Produk Dan Harga Yang Menarik Minat Beli Konsumen Happy Baby.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2 (5).