

## DAFTAR PUSTAKA

- Akramiah, N., Pudyaningsih, R. A., & Zavany, D. (2021). Pengaruh Diskon Harga Dan Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Aplikasi Shopee). *Jurnal EKSIS*, 13(1), 19–23.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Dehi, S. R. L., Moonti, U., Mahmud, M., & Hafid, R. H. (2023). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembeli di Aplikasi Shopee. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 140–147. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i1.18707>
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.331>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). *Analisis Multivariate dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ita Yulianti, A., Risma Maharani, N., & Yusmaneti, Y. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(1), 6–13. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i1.2567>
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Kamanda, S. V. (2023). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 1–7.

- 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. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kotler, Phillip dan Kevin, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin, K. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas (13th ed.)*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 & 2 (12th ed.)*. Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P. & A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.
- Lestari, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Diskon Dan Kualitas Produk. *Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo Alamat*, 1–11. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/114968>
- Listanti, A. M., Sintani, L., & Harinie, L. T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 48–56. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JSM/index>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Mega Sifti Minarti, N. P. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217.
- Nurhaliza Koniyo, S., Aisyul Hana, U., & Al Akbar Surabaya, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi IKHAC. *AL-UJRAH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Putri Reno Kemala Sari, Nila Heriter Quran, Satriawan, Galuh Mutia Ratna, & Topan Siswanto. (2023). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 6(1), 32–41. <https://doi.org/10.54712/aliansi.v6i1.252>

- Sami'un, S., & Hanna, F. O. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi, dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Berlian Cahaya Bima Kota Mataram. *Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 3(3), 181–190. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v3i3.189>
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>
- Sari, W. E. P., & Suci, N. M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 129–134. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.37170>
- Sariyanti Siregar, R., Rahmat Ramadhan, R., Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, P., Kunci, K., Penggunaan, K., Hidup Konsumen, G., & Pembelian, K. (2023). Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Masyarakat Kampar Kiri Tengah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 481–491.
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Zurni, K., & Eliza, A. (2024). *Pengaruh Product Bundling Dan Fitur Shopee Live Streaming Terhadap Minat Beli Customer Pada Produk Somethinc Dalam Perspektif Bisnis Islam*. 2(2).