

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fandy, Tjiptono dan Chandra (2016). *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta. Edisi a Tiga. Andi.
- Gergely, Stefan. (2024) “*The Influence Advertising, Free Shipping, Intervening By The COD System On Purchase Interest In Tiktok Shop*” (February): 4-6
- Handoko, B. D. (2018). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. . Bpfe-Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2016). *Marketing Management* . In S. Wall (Ed.) Pearson Education
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk (2015) *Consumer Behavior*. Pearson Education
- Suparna Wijaya dan Gabriel Yerikho (2021). *Pajak Penghasilan: Perlakuan Cashback oleh Perusahaan Dompot Digital*.
- Widiana, M. E. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran* (KPD (ed.)).
- Yang, Shaozi, et al. (2015). *Digital Marketing Strategies: Applications and Case Studies*.

Jurnal

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398-408.
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/3117/2531>
- Aini, S., Rizal, M., & Mahardani, A. S. (2025). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, *Cashback* Promotion dan Discount *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Brand Pinkflash Di Aplikasi Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 599-606.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/27038>
- Fachrama Tegar, W. I. B. O. W. O., & Tri, W. (2024). *Pengaruh Promo Cashback, Fitur Paylater, Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Di Shopee Di Kota Semarang* (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang).
<file:///C:/Users/acer/Downloads/4.+Muryati.pdf>
- Herlina, H., Loisa, J., & SM, T. M. (2021). Pengaruh model promosi *Flash Sale* terhadap minat pembeli dan keputusan pembeli di marketplace online. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1637-1652.
<https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>
- Julianti, W., Fazri, A., & Hasbullah, H. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem

Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133-150.

<https://Researchhub.Id/Index.Php/Jimek/Article/View/2683>

Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35-48.

<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/view/2817>

Muhamad, I. M. (2024). *Pengaruh Live Shopping, Online Review, Persepsi harga dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim di Aplikasi Shopee (Studi Konsumen Muslim di Kabupaten Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).

<http://etheses.uingusdur.ac.id/10373/>

Muryati, M., Lubis, W. I., & Putri, P. M. (2024). Pengaruh Program *Cashback* dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee. *CITRA EKONOMI*, 5(2), 17-24.

<file:///C:/Users/acer/Downloads/4.+Muryati.pdf>

Prastiani, D. A. (2024). *PENGARUH CASHBACK DAN HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MODERASI* (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).

<http://eprints.poltektegal.ac.id/4267/>

Pratama, W. C., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Promosi Big Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda Di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 3(1), 1-9.

<https://Jema.Unw.Ac.Id/Index.Php/Jema/Article/View/67>

Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1-11.

<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIMP/article/view/4654/2277>

Putri, C. A. P., Subagyo, S., & Widodo, M. W. (2023). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Dan *Cashback* Promotion Terhadap Minat Beli Produk Pada Fitur Tiktokshop. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 2, 189-198.

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3182>

Putri, V. A., Arifin, R., & Rahman, F. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 511-518.

<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23941/17921>

Rahima, P. (2018). Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra). *Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*.

<https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/Varian/article/view/75>

Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Program Voucher Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759-771.

<https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/4878/3102>

Sanjaya, C., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Non Star Seller. *Prologia*, 5(2), 369-375.

<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/10216>

Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtyas, N. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, *Cashback* Promotion dan *Discount Flash Sale* Terhadap Minat Beli Produk Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627-638.

<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23978/17955>

Zalzalalah, G. G., & Febriyanto, D. (2023). Pengaruh kualitas informasi, celebrity endorsement, dan sikap konsumen pada program *Flash Sale* terhadap minat beli di aplikasi Tiktok. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 234-245.

<https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/1453/936>

