

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah dan Herry Nurdin, “Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Knsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Online Shop* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bima)”, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.5, No.2 (2020), DOI: <http://dx.doi.org/10.30736%2F.v5i2.315>
- Auli, Shoffi’ul, M. Ridwan Basalamah, dan Restu Millannintyas, “Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee,” *Jurnal Riset Manajemen*, Vol.10, no.15 (2021), URL:<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/11391>
- Darmawan, Didit, “Pengaruh Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik”, *Agrimas*, Vol. 1, No. 1 (2017), DOI: <https://doi.org/10.31227/osf.io/vcsg3>
- Data Dokumentasi Pemerintah Desa Getaspejaten
- Dwi, Devi Marta, Theresia Pradiani, dan Ike Kusdyah Rachmawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Diskon, dan Keputusan Pembelian *Online* Maharani Prima Skincare di Blitar,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.1 (2021), DOI:<https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>
- Fatmawati, Erna Umi, Rini Kurniati Hardati, dan Ratna Nikin Hardati, “Pengaruh Online”, *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1 (2022), URL:<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/14986/11487>
- Fauzi, Yayan, “Manajemen Pemasaran Perspektif Maqashid Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.01, No.03 (2017), DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013
- Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2* Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2016.
- Harun, Ahmad dan Ninin Non Ayu Salmah, Diskon Harga dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif Secara “Determinan Keputusan Pembelian Pelanggan Berdasarkan Kepercayaan dan Kemudahan Melalui Aplikasi Shopee,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol.17, No.2 (2020), DOI:<http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>

- Hasdani, Mohammad Nasir, dan Burhanuddin, “Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Users* di Kabupaten Bungo,” *Jurnal Manajemen Sains*, Vol.1, No.3 (2021), DOI:<http://dx.doi.org/10.36355/jms.v1i3.614>
- Ilmiyah, Khafidatul dan Indra Krishernawan, “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee* di Mojokerto,” *Jurnal Manajemen*, Vol.6, No.1 (2020), DOI: <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Jannah, Miftakhul, Budi Wahono, dan Khalikussabir, “Pengaruh Diskon *Flash Sale*, *Rating* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee*,” *Jurnal Riset Manajemen*, Vol.10, No.13 (2021), URL: <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/14374>
- Lestari, Lina Dwi dan Renny Dwijayanti, “Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) pada *E-commerce* Shopee Melalui Diskon dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol.9, No.3 (2021), URL:<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40989>
- Liana, Lie, “Penggunaan *MRA* dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen”, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, Vol. 14, No. 2 (2009)
- Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, dan Kristia, “Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee*,” *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol.4, No.4 (2021), URL:<http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/204>
- Muhyiddin, Nurlina T., M. Irfan Tirmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Muslim, Varian – Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi”, *Wahana*, Vol. 1, No. 10 (2016), DOI : <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong dan Denny Ammari Ramadhan Nasution, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap

- Keputusan Pembelian ada *E-commerce* Shopee,” *Jurnal Ecobisma*, Vol.7, No.1 (2020), DOI:<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Panjaitan, Roymon, *Manajemen Pemasaran*, ed. Sukarno Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo, 2018. URL: <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/233/262>
- Purwanto, Edi, 2020, *Technology Adaption: A Conceptual Framework*
- Putri, Baby Silvia dan Lindawati Kartika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan terhadap Kepuasan Pengguna Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermina Bogor”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/235155569.pdf>
- Rahayu, Homami, Adi Sismanto dan Tezar Arianto, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Shopee,” *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Vol.1, No.1 (2020), URL:<https://pdfs.semanticscholar.org/6c2b/6e420031f06d4d2314d2832623224b821837.pdf>
- Rianto, Agus Wahyu, Dahlan Fanani, dan Sunarti, “Pengaruh Merek dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Membeli dan Mendapatkan Diskon Musiman terhadap Produk Inspired27 di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.14, No.1 (2014), URL:<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/579/781>
- Sahla, Hilmiatus, “Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, Vol.5, No.2 (2019), DOI: <https://doi.org/10.36294/pionir.v5i2.452>
- Saimah, Ninin Non Ayu, “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang”, *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No. 1 (2015)
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sanjaya, Carin dan Diah Ayu Candraningrum, “Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee terhadap Konsumen di Toko Non *Star Seller*,” *Jurnal Prologia*, Vol.5, No.2 (2021), DOI: <https://dx.doi.org/10.24912/pr.v5i2.10216>

- Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011). URL: <http://eprints.stiperdharma.wacana.ac.id/157/1/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>
- Sudjatmika, Fransiska Vania, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com,” *Jurnal AGORA*, Vol.5, No.1 (2017) URL: <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>
- Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumber Monografi Desa Getaspejaten Tahun 2019
- Tusanputri, Alyasinta Viela dan Amron, “Pengaruh Iklan dan Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-commerce Tiktok Shop,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol.23, No.4 (2021), DOI: <http://dx.doi.org/10.29264/jfor.v23i4.10213>
- Weenas, Jackson R.S., “Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta”. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 4 (2013), DOI : <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2741>
- Yudistira, Wisnu, Hanna Meilani Damanik, Martin Luter Purba, dan Hendrik E.S. Samosir, “Analisis Dampak Gratis Ongkos Kirim dan citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee,” *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol.6, No.1 (2022), URL: <https://kohesi.science.makarioz.org/index.php/JIK/article/view/326>
- <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all> diakses pada 05 November 2022
- <https://www.tokopedia.com/about/our-story/> diakses pada 05 November 2022
- <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/> diakses pada 11 November 2022
- <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/> diakses pada 13 November 2022
- <https://ginee.com/id/insights/kelebihan-dan-kekurangan-tokopedia/> diakses pada 21 November 2022

<https://www.pinhome.id/blog/17-kelebihan-dan-kekurangan-shopee-dari-pengalaman-pribadi/> diakses pada 21 November 2022

