

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. 2021. "Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee: Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 15(2): 223–36.
- Anggraini, A., Aravik, H., & Meriyati. 2023. "Pengaruh Promo Flash Sale 3.3 4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang." *JURBISMAN (Jurnal Bisnis Manajemen)* 1(3): 655–66. doi: <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i3.236>.
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. 2020. "Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Riset Manajemen* 111–21.
- Ghozali, I. 2015. *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. 2014. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publication, Incorporated.
- Handayani, R. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Haryono, S. 2017. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. PT. Luxima Metro Medika.
- Henseler, J., C. M. Ringle, C., & Sinkovics, R. R. 2009. "The Use of Partial Least Square Path Modeling in International Marketing." *Advance in International Marketing* 20:277–319.
- Hinton, P. R., Brownlow, C., McMurray, I., & Cozens, B. 2004. *SPSS Explained*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Jamal, F. N., Fahmi, A. A., & Rohmah, W. 2022. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Bisnis Berbasis Online dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bougainvillea Pada Masa Pandemi Covid-19." *Journal Competency Of Business* 6(2):77–87. doi: <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i02.1605>.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. 2022. "Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Riset Manajemen* 38–51.

- Jogiyanto, H. 2011. "Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian." UPP STIM YKPN.
- Kotler, dan Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. 15. Global Edition. England: Pearson.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. 2019. "Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan." *INOVBIZ (Jurnal Inovasi Bisnis)* 7(2):162–65. doi: <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>.
- Muklis, A. C., & Rusdianto, Y. 2023. "Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee." *SEIKO (Journal of Management & Business)* 6(1):337–47. doi: [10.37531/sejaman.v6i1.2811](https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2811).
- Prayoga, A., & Priyowidodo, A. 2024. "Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat Pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari." *EMABI (Ekonomi dan Manajemen Bisnis)* 3(1):1–8.
- Rehatalanit, Y. L. R. 2021. "Peran E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5:62–69. doi: <https://doi.org/10.35968/jti.v5i0.764>.
- Riley, J. M., & Klein, R. 2019. "How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions." *Young Consumers*.
- Santoso, M. W. B., Widodo, J., & Zulianto, M. 2022. "Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan* 2(1):24–29. doi: <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>.
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. 2019. "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta." STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta.
- Sarstedt, M., Hair, J., & Ringle. C. M. 2017. "Convergent Structural Equation Modeling: Approach for The Assessment of Discriminant Validity." *European Journal of Marketing* 51(9):1249–61.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid., & Paryanti, A. B. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan

Setiabudi).” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12(1):70–83. doi: <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Taufiqiyah, I. D., & Setyono, H. 2020. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Samsung Di Yogyakarta.” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 5 (1):45–55. doi: <https://doi.org/10.12928/fokus.v5i1.1615>.

Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andy.

Tukan, M. D. D., Jenanu, H. S., & Tambunan, T. S. 2024. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik di Shopee.” *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 117–27.