

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, N., & Saino. (2021). Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 2021–2624. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Belanche, D., Flavián, M., & Pérez-Rueda, A. (2021). Mobile advertising: The role of permission and personalization in developing consumer trust. *Journal of Business Research*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2024). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (13th edition). McGraw-Hill Education.
- BPS Kota Surabaya. (2025). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Surabaya, 2024*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation & practice* (8th ed.). Pearson.
- Darmo, A. C. M. P., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–347. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2811>
- Databoks. (2023). *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/80f599633e7131a/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>
- Databoks. (2024a). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/de7b25bfae5971c/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Databoks. (2024b). *Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce Indonesia Oktober 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6731b052c51cf/jumlah-pengunjung-situs-e-commerce-indonesia-oktober-2024>

- Frost, R. D., Fox, A. K., & Daugherty, T. M. (2022). *eMarketing: Digital Marketing Strategy* (9th edition). Routledge.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi10 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12, 59–69.
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee. *Jurnal EMBA*, 9, 1402–1412.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon *Flash Sale*, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51.
- Kedaton, M., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Promosi Flash Sale dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, 1(1), 1–12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, 16/E. *Global Edition* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, J., Pariwisata, A., & Mulia, B. (2021). Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-Commerce 2021-2022: Business, Technology and Society* (17th edition). Pearson.
- Muklis, A. C., & Rusdianto, Y. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *Journal of Management & Business*, 6(1), 337–347. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2811>

- Mustikasari, Anwar, S. M., & Rizkiyah Hasbi, A. (2023). The effect of viral marketing, promotions and flash sales on the purchase intention online shopping z generation in marketplace tiktok shop. *Enrichment: Journal of Management Journal*, 12(6). [www.enrichment.iocspublisher.org](http://www.enrichment.iocspublisher.org)
- N Hidayat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ( Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 195–202.
- Nasution, M. Q., Harahap, S., & Azhar, A. A. (2023). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir E-Commerce Shopee Terhadap Minat Pembeli Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1869–1876. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.1018>
- Nursyecha, N., Sapari, Y., & Risnawati, R. (2021). Pengaruh Iklan Shopee Di Televisi Dalam Pembentukan Brand Awareness Platform Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Survey Eksplanatif pada Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhamadiyah Cirebon). *Jurnal Signal*, 9(1), 1–13.
- Orinaldi, M. (2021). Dampak Iklan Shopee Versi Shopee 12.12 Birthday Sale di Laman Youtube pada Minat Beli Masyarakat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 226. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.315>
- Pramesta, N. R., Natania, C. M., Izdihar, A. H., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Flash Sale Terhadap Minat Beli Dan Perilaku Impulsif Mahasiswa ITS. *JURSIMA: Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 10(3). <https://ejournal.stmikgici.ac.id/>
- Pratama, E. S., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Flash Sale Promotion Dan Discount Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Seminar Nasional HUBISINTEK*, 3(1).
- Pratama, W. C., Ley-Ley, W. L., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 1–9.
- Putri, A. R. A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). 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://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878>
- Resta, A., Akhmad, K. A., & Gunaningrat, R. (2023). 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://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4878>
- 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. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10216>
- Santoso, Melisa, G., & Sitanggang, I. A. (2022). Perancangan Website E-Commerce Ineed.Id. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1).
- Santoso, S., Sitanggang, I. A., & Melisa, G. (2022). Perancangan Perancangan Website E-Commerce Ineed.Id. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1), 19–23.
- Schindler, R. M. (2023). *Pricing strategies: A marketing approach* (2nd edition). Sage Publications.
- Shihab, M. R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Flash Sale ( Penjualan Kilat) Terhadap Keputusan Pembeli Pada Aplikasi Tokopedia (Survey Pada Followers Tiktok Tokopedia 2022). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 745–754. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4243/3174>
- Sijoen, A. E., Hutagalung, M., Sirait, E., Sufa, S. A., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 149–153. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.823>
- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2022). The Application of Multiple Linear Regression Method for Population Estimation Gunung Malela District. *JOMLAI: Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>
- Solomon, M. R., & Russell, C. A. (2023). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being* (14th edition). Pearson.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan Ke-3). Alfabeta.

- Sutanto, I. L., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Minat Beli Produk Roughneck Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2031>
- Sya'diyah, H., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Sales Promotion Cashback dan Price Discount terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna di Situs Belanja Online Tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika. (2022). Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2, 309–324.
- Wikipedia. (2025). *Shopee*. Wikipedia. <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fe/Shopee.svg>