

daftar pustaka

alamsyah, n., & saino, s., 2021, pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian, *akuntabel*, **18**(4): 624–634.

alghifari, a. y., & rahayu, t. m., 2021, pengaruh diskon, kualitas website, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada online shop shopee: studi pada mahasiswa universitas muhammadiyahpurwokerto, *derivatif: jurnal manajemen*, 225-226.

ariasa, m., rachma, n., & priyono, a., 2020, *pengaruh atribut produk, persepsi nilai, pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang yang mediasi oleh kepuasan (pada pengguna smartphone xiaomi di kelurahan dinoyo, malang) [skripsi]*, universitas islam malang.

auli, s., basalamah, m. r., & milanningtyas, r., 2020, pengaruh diskon dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian, *e-jurnal riset manajemen* (online), 10(15).

blackwell, r. d., miniard, p. w., & engel, j. f., 2006, *consumer behavior* (10th ed.), thomson south-western.

creswell, j. w., 2009, *research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.), sage publications.

dick, a. s., & basu, k., 1994, customer loyalty: toward an integrated conceptual framework, *journal of the academy of marketing science*, **22**(2): 99-113.

dicka, p., & idris, 2019, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan (studi pada pelanggan mobile & electronics di situs online bukalapak), *jurnal manajemen*, **8**(4): 13-27.

fauzi, u. a. f., 2023, *konsep dasar e-commerce*. ruang karya bersama.

firdaus, 2021, *metodologi penelitian kuantitatif*, riau: cv dotplus publisher.

ghozali, i., 2018, *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss* (25th ed.). badan penerbit universitas diponegoro: semarang.

ghozali, i., 2020, *desain penelitian kuantitatif & kualitatif*, semarang: yoga pratama.

indra, m., & cahyaningrum, i., 2019, *cara mudah memahami metodologi penelitian*. yogyakarta: deepublish publisher.

istiqomah, m., & marlena, n., 2020, pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion, *jurnal manajemen*, **12**(2): 288-298.

ianah m., wahono, b., & khalikussabir, k., 2022, pengaruh diskon flash sale, rating gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee, *jurnal ilmiah riset manajemen (online)*, **10**(13).



- kim, w. g., & kim, y. s., 2009, influence of customer loyalty programs on repeat purchase intention, *international journal of hospitality management*, **28**(3): 531-541.
- kotler, p., & keller, k. l., 2016, *marketing management (15th ed.)*, pearson education.
- kusnawan, a., silaswara, d., andy, & sefung, t., 2019, pengaruh diskon pada aplikasi e-wallet terhadap pertumbuhan minat pembelian impulsif konsumen milenial di wilayah tangerang, *jurnal sains manajemen*.
- kusumastuti, a., khoiron, a. m., & achmadi, t. a., 2020, *metode penelitian kuantitatif*. deepublish.
- miari, 2020, *pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen alfamart rawa jaya Palembang* [skripsi], universitas islam negeri raden fatah.
- nada, n., 2023, shopee, platform e-commerce dengan nilai transaksi terbesar di asia tenggara, *goodstats*.
- oliver, r. l., 1999, whence consumer loyalty? *journal of marketing*, **63** (special issue), 33-44.
- puvit, 2021, *pengaruh brand ambassador, viral marketing, cashback, free shipping terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee pada mahasiswa kos di condongcatur yogyakarta* [skripsi], universitas sanata dharma.
- rahmawati, d. a., 2023, *pengaruh flash sale, gratis ongkos kirim, dan cashback terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee : studi kasus anak kos di kota semarang* [skripsi tidak diterbitkan], fakultas ekonomi : universitas semarang.
- raffi, a. m., 2022, bagaimana dampak teknologi informasi dalam bisnis saat ini? *jurnal.id*.
- salsabila, a. n., saidani, b., & kresnamurti, a. r. p., 2022, pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: studi kasus pada pelanggan website beautyhaul gen-z di indonesia, *jurnal bisnis dan manajemen kontemporer*.
- sari, nugroho, 2019, *pengaruh gratis ongkos kirim, diskon, dan iklan shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi widya wiwaha yogyakarta*.
- sasmita, l., 2019, pengaruh tagline "gratis ongkir" marketplace shopee terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada masyarakat kota makassar, *jurnal inovasi bisnis*, 162-175.
- _____, 2015, *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*, bandung: alfabeta.



- sugiyono, 2016, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d (edisi revisi)*. alfabeta.
- sudaryono, 2021, *statistik i statistik deskriptif untuk penelitian*, yogyakarta: penerbit andi.
- syauqi, et al., 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*, **4**(2).
- tjiptono, f., 2014, *pemasaran jasa: prinsip, penerapan, dan penelitian*. yogyakarta: cv andi offset.
- zahri, c., & prayadi, c. a., 2022, pengaruh program cashback dan transfer payment terhadap keputusan pembelian mobil honda pada pt. istana deli kencana medan, *warta dharmawangsa*, 348-349.
- zahri, m. & prayadi, e., 2022, pengaruh program promosi terhadap loyalitas pelanggan dalam pemasaran digital, *jurnal pemasaran indonesia*, **15**(2): 123-135.

