

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., Widiari, A., Vairagya, M., Agung, Y., & Dhananjaya, E. (2021). *KAJIAN PENGARUH PERIKLANAN KOMUNIKASI VISUAL MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP DAYA TARIK KONSUMEN RESTORAN DI CANGGU*, *BALI*. 3(1), 23–32. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/download/162/141/>
- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R. F., Sitanggang, A. O., Alfathoni, M. A. M., Hendra, & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Peiklanan* (A. Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis. https://www.researchgate.net/publication/353452000_Dasar-Dasar_Periklanan
- Alghifari, A.f., dan 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. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/jm.v15i2.635>
- Anisa Jayanti, N., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 322–329. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2964160&val=26418&title=PENGARUH POTONGAN HARGA VOUCHER KUPON DAN GARANSI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN STUDI PADA PELANGGAN TOKO QUDS TEXTILLE KOTA MALANG>
- Aprianingsih, A., & Sutanto, M. A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: a Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 53(2), 218–230. [https://eprints.uny.ac.id/41788/1/18 Monica Adhelia Sutanto.pdf](https://eprints.uny.ac.id/41788/1/18%20Monica%20Adhelia%20Sutanto.pdf)
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm

- Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p946-953>
- Baskara, I. B. (2015). *PENGARUH POTONGAN HARGA (DISCOUNT) TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPLUSE BUYING) (Studi pada pengunjung Matahari Departemen Store Johar Plaza Jember)*. 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jmb.v5i2.5382>
- Collins, J. (2018). *Good to Great*.
- Deny, S. (2024). *Industri Kosmetik RI Moncer, Diproyeksi Raup Pendapatan USD 9,17 Miliar di 2024*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5811441/industri-kosmetik-ri-moncer-diproyeksi-raup-pendapatan-usd-917-miliar-di-2024?page=4>
- editorial. (2024). *5 Marketplace Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. Editorial kaltim.Com.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEB17/article/view/635>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kusumaningrum, D. A., & Setiawan, D. P. (2021). Pengaruh Promo Cashback Berbagai Jenis e-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Chatime Indonesia). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 139. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i2.9396>
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal*

- Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v6n2.p%25p>
- Laili Kurniasari, M., Zulistiani, & Ratnanto, S. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING , FLASHSALE , CASHBACK PROMOTION*. 3, 440–449.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4699>
- Mahmudah, A. R. (2020). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA PENGUNJUNG RITA PASARAYA WONOSOBO (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290–299.
<https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Maulidiah, U., Siregar, M., Firdaus, J., Silalahi, H., Lusiana, R., Situmorang, P., & Siregar, M. W. (2024). *Ideologi Wacana Iklan Axis “ Ganteng Dikit Cekrek ”: Analisis Wacana Kritis Fairclough Ideology of the Axis Advertising Discourse “ Handeng Dikit Cekrek ”: Fairclough ’ S Critical Discourse Analysis*. 3107–3115.
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/download/347/407/2038>
- Minati. (2017). *Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Dan Personal Selling Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Napitupulu, R. B., Sirait, C. B., & Zega, Y. (2022). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 40. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1563>
- Ning, Z. E. (2021). List price and discount in a stochastic selling process. *Marketing Science*, 40(2), 366–387. <https://doi.org/10.1287/mksc.2020.1257>
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *HOLISTIK, Jurnal of Social*

Culture, 13(4), 1–18.

- Puspita, A., Ichsanudin, & Ratnanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Dan Akutansi*, Vol. 7, 736–744.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2101>
- Putri, D. (2023). *Pengaruh harga, voucher diskon, dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan layanan grabfood*. Skripsi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Rade. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6304/1/DeliaPutri_195211119_MBS.pdf
- Saputra, F. B., Samari, & Sardanto, R. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Sistem Pembayaran Cod Marketplace Shopee Di Kecamatan Pare. *S. Manajemen, E. Akuntansi, F. Ekomomi*, 751–759.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3768>
- Sari, F. P., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Simposium Manajemen Dan Bisnis (SIMANIS)*, 1(1), 464–474.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1751>
- Sari, R. K. (2019). Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81.
https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488
- Sayekti, I. M. S. (2024). *Wamenperin Beberkan Potensi dan Peluang Industri Kosmetik*. Pressrelease.Id.
<https://pressrelease.kontan.co.id/news/wamenperin-beberkan-potensi-dan-peluang-industri-kosmetik>
- Shopee. (2024). Pusat Edukasi Penjual. <https://Seller.Shopee.Co.Id/Edu/Article/16461>.
- Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72–87.
<https://doi.org/10.37595/mediainfo.v19i2.44>

- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA. <https://www.scribd.com/document/410615265/sugiyono>
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA. <https://id.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan* (A. Diana (ed.)). ANDI (Anggota IKAPI).
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. B. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi da Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Trisna Wati, P., Yusuf Afandi, T., & Wahyu Prastyaningtyas, E. (2024). PENGARUH IKLAN TELEVISI, KUALITAS PELAYANAN, DAN ULASAN PENGGUNA TERHADAP MINAT BELI REMAJA DI DESA PLEMAHAN. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri PENGARUH*, 506–510. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1742>
- Wati, P. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Online Customer Review Pada Marketplace Tokopedia Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3(1), 229–239. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6127/4632>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki (ed.)). PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA. [http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku Keputusan Pembelian Konsumen-May 2024.pdf](http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku%20Keputusan%20Pembelian%20Konsumen-May%202024.pdf)
- Wulandari Wangi Ni Kadek, F. D. A. I. G. (2024). Jurnal Inovasi Pendidikan. *Jurnall Inovasi Pendidikan*, 6(1), 52–61. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/article/view/1285>