

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Amir, Faesol (2013) Efektifitas diskon dan hadiah sebagai sarana romosi penjualan untuk menarik niat beli konsumen. *Jurnal Managemen Bisnis*. 3 (1). 44-53
- Aprillita, D., & Hikmah Perkasa, D. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap minat Beli Masyarakat Untuk Sektor Online Retail. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.23>
- Aralda Febrian Cahyono, Rachma Indrarini, S.E., M. S. (2021). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 139-150. Volume 4 N(2686-620X)*, 37.
- Ardiansyah, A., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Stie Bima). *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 136. <https://doi.org/10.30736/.v5i2.315>
- Asja, H. J. ... Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *Paylater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc

- Dewi, S. K. (2020). MINAT PENGGUNAAN FITUR PAY LATER. *BISNIS DAN EKONOMIKA*, 1–121, 113.
- Ferdian Azizi, Y. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *JURNAL MANAJEMEN DIVERSIFIKASI*, VOL 1 NO 2, 268.
- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Hair JR, Joseph F, Multivariate Data Analysis. Seventh Edition, 2010, hlm. 176
- Iprice. (2018). *Peta E-Commerce Indonesia*. Iprice.Co.Id.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Sukabumi: cv al fath zumar.
- Miftakhul Jannah, Budi Wahono, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 82–94.
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9,9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10127>
- Pratama Afrianto, A., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29.

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>

- Prayogo, D., & Sukim, S. (2021). Determinan Minat Beli Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Tahun 2020. *Seminar Nasional Official Statistics, 2021(1)*, 631–640. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2021i1.987>
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3)*, 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo, 15(1)*, 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Rismayadi, A. A. ... Anshori, I. F. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Shopee *paylater* Menggunakan Model Delone & Mclean. *Jurnal Responsif, 2(2)*, 191–197. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jti>
- Silvia, D. ... Rahmasari, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Minat Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics, 2(1)*. <https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i1.193>
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryadi. 2017. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>

Wibowo, G. R., & Devilia, S. S. T. M. (2021). *The Effect of Price Discounts on Impulsive Online Purchases by Shopee Application Users*. 8(2), 1252–1271.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

