



DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Agilis, Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. (2019). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen,. Sleman: CV Budi Utama.

Arifin, Zainal. (2019). Evaluasi Program Teori dan Praktek dalam Konteks Pendidikan dan Nonpendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Anang Firmansyah. (2019). Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qara Media, Jawa timur.

Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler. (2017), Metode Penelitian Bisnis, Edisi 11, Buku 1 Jakarta : Salemba Empat.

Ghozali Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9 Semarang : Universitas Diponegoro.

Hadion wijoyo, Denok Sunarsi Irjus Indrawan, dan Yoyok Cahyono (2020) "Manajemen Pemasaran di era globalisasi CV.PENA PERSADA, ISBN: 878-623-6504-49-9. Purwekerto Selatan.

Kotler, P. & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.

Ngatno, (2018) "Manajemen Pemasaran" Edisi Pertama, Semarang

Priandana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Issue 1). Pascal Books.

Rahmawati, R. (2022). Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing (1st ed.). Deepublish.



Saleh, Muhammad Yusuf dan Mia Said. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makasar:CV Sah Media.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Umar, Husein. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Widyastuti, Sri. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bandung

Yusnita, M. (2019). Pola Perilaku Konsumen dan Produsen Semarang: Alprin.

JURNAL

Amanah, Dita & Pelawi, Stephany. P (2015) Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. Jurnal Quonomic Vol. III No. 02 - Oktober 2015 | ISSN No. 2339-2037 <http://dx.doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>

Chaidir, M dkk. (2018). Pengaruh *Tagline* Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2018, 6 (1): 391-402. Universitas Mulawarman

Firmansyah, M. W. (2022). Pengaruh *Tagline* Gratis Ongkir Dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness. Jurnal Inovasi Penelitian, 3(3), 5147-5156

Istiqomah Mira, and Marlina Novi (2020) "Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion" jurnal manajemen, 222-29812(2)
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/7426/1045>



Joshi, Sujata & Domb, Menachem (2017) "Impact of *Flash Sales* on Consumers & E-Commerce Industry in India" Conference: 1 7th Annual International Conference on Qualitative and Quantitative Economics Research (QQE 2017)

Lestari, Wiganti Wandan & Nurhandi (2023). "Pengaruh Brand Ambassador dan *Tagline* Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya". Jurnal Administrasi Bisnis. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.9-16>

M. F. H. diati, A. Iriawan, and H. Fitriyah (2021) "Keputusan Pembelian Produk Limited Edition: Systematic Review," Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), vol. 20, no. 1, pp. 73-87 <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i1.73-87>

Melfaliza, Dara & Nizam, Ahmad (2022). "PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, CUSTOMER REVIEW DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE". JURNAL ILMIAH MAHA SISWA EKONOMI ISLAM Volume IV Nomor 2, November 2022 ISSN. 2502-6976. <https://jim.usk.ac.id/EKI/article/viewFile/25094/11815>

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>