

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Purba, M. Yahya, and Nurbaiti, “Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya,” *J. Perilaku Dan Strateg. Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 91–98, 2021.
- [2] Farhatun Nisaul Ahadiyah, “Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online,” *INTERDISIPLIN J. Qual. Quant. Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 41–49, 2023, doi: 10.61166/interdisiplin.v1i1.5.
- [3] A. V. Tusanputri and Amron, “Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop,” *J. FEB UNMUL*, vol. Vol. 23, no. 4, p. hlm. 632-639, 2021, doi: 10.36778/jesya.v3i2.227.
- [4] A. F. Hakim, N. Rachma, and A. Normaladewi, “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang),” *e – J. Ris. Manaj. Prodi Manaj. Fak. Ekon. dan Bisnis Unisma*, vol. 12, no. 02, pp. 221–232, 2019.
- [5] 2022 Erfani, “TikTok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya?,” *Erfani, T. (2022). TikTok Ramai Digunakan di Indones. Bagaimana Islam Memandangnya. Kumparan. com, Bogor.*, 2022.
- [6] 2016 Syahnaz & Wahyono, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack,” *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 4, no. 3, pp. 762–773, 2016, doi: 10.47467/elmal.v4i3.2066.
- [7] M. Istiqomah and N. Marlina, “Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion,” *J. Manaj.*, vol. 12, no. 2, pp. 288–298, 2020.
- [8] R. Uli Sari Sianipar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Relation Terhadap Kepuasan Pengunjung di Mal SKA Pekanbaru,” *Univ. Riau*, vol. 5, no. 1, pp. 1–11, 2018.
- [9] K. Kapriani and I. Ibrahim, “Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi,” *SEIKO J. Manag. Bus.*, vol. 5, no. 2, pp. 2022–395, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2050>
- [10] Aswand Hasoloan, “PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS,” *J. War. Ed.* 57, pp. 1–26, 2018.
- [11] V. P. Riduwan and D. Claretta, “Strategi Humas SSC Kacapiring Surabaya

Dalam Era Digitalisasi Pada Pandemi Covid-19,” *JKOMDIS J. Ilmu Komun. Dan Media Sos.*, vol. 2, no. 2, pp. 251–253, 2022, doi: 10.47233/jkomdis.v2i3.344.

- [12] I. L. Nurharjadmo, W., Khadija, M. A., & Usman, “CONTENT MANAGEMENT SYSTEM OPENCART UNTUK MENDUKUNG SMART BRANDING BISNIS KOSMETIK,” *NOCTIS- Vol 02, No 01 (2023)*, pp. 30-41 <https://journal.uns.ac.id/noctis/index>, vol. 2, no. 02, pp. 30–41, 2022, doi: 10.36994/2788-5518-2021-02-02-15.
- [13] Winda Kustiawan, J. Ja’far, Ali Akbar Siregar, Anggi Martuah Purba, and Mahadir Muhammad, “MANAJEMEN MEDIA ONLINE,” *J. Ilm. Tek. Inform. dan Komun.*, vol. 2, no. 2, pp. 13–17, 2022, doi: 10.55606/juitik.v2i2.169.
- [14] H. Hamdi, “Penerapan Fungsi Manajemen Pada Kantor Kelurahan Rantau Kiwa Kecamatan Tapin Utara Kabupaten Tapin,” *J. Ilm. Ekon. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 155–163, 2020, doi: 10.35972/jieb.v6i2.332.
- [15] I. A. Kusuma, F. Dwi, N. Afifah, M. G. Ruba, Y. Yudha Utama, and I. Kediri, “Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis,” *Proc. Islam. Econ. Business, Philanthr.*, vol. 2, no. 1, 2023, [Online]. Available: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- [16] M. N. Huda, “Manajemen Pemasaran,” *Ta’dibi J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. VIII, no. September 2019, p. 25, 2019.
- [17] V. G. Shabrina, “Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen,” *J. Pewarta Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 131–141, 2019, doi: 10.25008/jpi.v1i2.16.
- [18] Muhammad, M. El Widdah, and H. Setiawan, “Aplikasi dan Evaluasi Kebijakan Pendidikan Islam,” *Attract. Innov. Educ. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 164–171, 2023, [Online]. Available: <https://attractivejournal.com/index.php/aj/article/view/564/430>
- [19] A. Gustnest Binalay *et al.*, “Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado the Influence of Attitudes, Subjective Norms, and Motivation on Purchase Intention At Unsrat Economic and Business Faculty Students in Manado,” *J. EMBA*, vol. 395, no. 1, pp. 395–406, 2016.
- [20] Hanifa Yasin and M. F. R. NST, “PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN,” *J. Manaj. BISNIS VOL 14 NO. 02 OKTOBER 2014 ISSN 1693-7619*, vol. 85, no. 1, pp. 140–141, 2014.

- [21] Ajang and Hasanudin, “Pengaruh Periklanan, Bebas Ongkos Kirim Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Aplikasi Lazada Di Kecamatan Rangkui Kota Pangkalpinang,” *J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 6, no. 2443–2164, pp. 90–98, 2020.
- [22] U. A. Alfitroch, E. Farida, and F. Rahman, “Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang),” *e-Jurnal Ilm. Ris. Manaj.*, vol. 11, no. 1, pp. 71–78, 2022, [Online]. Available: www.fe.unisma.ac.id
- [23] W. C. Pratama, L. L.-L. Wiliardi, V. F. Sanjaya, and F. Ekonomi dan Bisnis, “Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus,” *J. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2022, [Online]. Available: <http://jema.unw.ac.id>
- [24] D. H. Sitanggang and D. Damiyana, “Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Pesan Makanan on Line,” *J. Lentera Bisnis*, vol. 11, no. 2, p. 109, 2022, doi: 10.34127/jrlab.v11i2.528.
- [25] E. Robyardi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Cabang Rivai Bank Rakyat Indonesia Palembang,” *J. Media Wahana Ekon.*, vol. 14, no. 1, pp. 102–112, 2017.
- [26] G. Fransiskho, T. S. Goh, and W. Julitawaty, “Pengaruh kepuasan konsumen dan diskon terhadap volume penjualan pt. atmindo tbk tanjung morawa,” *J. Bisnis Kolega*, vol. 7, no. 2, pp. 20–29, 2021.
- [27] I. Sonata, “Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso.,” *J. Ris. Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 46–53, 2019.
- [28] M. N. Akbar and F. E. Irawati, “PENGARUH PROMOSI DAN DISKON PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ADA SWALAYAN KUDUS,” *J. Bisnis Digit. dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 30–37, 2023.
- [29] N. Latifah, “PENGARUH DISKON HARGA, GRATIS ONGKOS KIRIM DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA APLIKASI TIKTOK SHOP,” *JES [Jurnal Ekon. STIEP] Vol.8, No. 2, Novemb. 2023*, vol. 8, no. 2, pp. 120–127, 2023.
- [30] L. Yuni, Rahma, B. Broto, Eko, and E. Simanjorang, Sinaga, Florentina, “Jurnal Mirai Management Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop,” *J. Manag.*, vol. 8, no. 3, pp. 387–400, 2023, [Online]. Available: journal.stiemkop.ac.id/index.hp/mirai/article/view/6158/4121

- [31] F. Achmad Rasyad, U. Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, and A. Budianto, “Pengaruh Rating, Diskon Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Study Pada Mahasiswa Febi Uin STS Jambi),” *J. Sains Student Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 448–461, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.161>
- [32] P. Fajriatin and Muhajirin, “Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tiktok Shop di Kota Bima,” *J. Inov. dan Tren*, vol. 1, no. 2, pp. 71–78, 2023.
- [33] R. F. Ananda, “Pengaruh Diskon Harga Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi),” *J. Sains Student Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 144–158, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.122>
- [34] F. Y. Sapa, A. L. Tumbel, and B. Lumanauw, “Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 11, no. 4, pp. 787–798, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i4.51910.
- [35] Reza Alfarozi Ritonga and Taufiq Risal, “Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama),” *Digit. Bisnis J. Publ. Ilmu Manaj. dan E-Commerce*, vol. 2, no. 1, pp. 73–91, 2023, doi: 10.30640/digital.v2i1.643.
- [36] M. N. Pasuhuk, A. S. Soegoto, and M. C. Raintung, “Pengaruh Diskon Harga, Lifestyle Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Merek Toyota Calya Di Pt. Hasjrat Abadi Cabang Manado,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 10, no. 4, pp. 1663–1674, 2022.
- [37] J. Ilhamuddin and Amri, “Pengaruh Citra Organisasi, Penetapan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa,” *J. Ekon. dan Manaj. STIE Pertiba Pangkalpinang*, vol. 4, no. 1, p. 87106, 2018.
- [38] O. Hengki, Rizan, “Prototipe E-Commerce Berdasarkan Konsep Business Model Canvas (BMC) Untuk Meningkatkan Daya Saing,” *Proceeding Conf. Inf. Technol. Inf. Syst. Electr. Eng.*, pp. 206–215, 2016.
- [39] M. D. Anggraini, S. Sugiono, and H. Purnomo, “Analisis Budaya Organisasi, Profesionalisme Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Disperindag Kabupaten Nganjuk,” *Simp. Manaj. dan Bisnis II*, vol. 2, pp. 845–855, 2023, [Online]. Available:

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3263>

- [40] M. A. K. Wiwin Setianigsih, “Pengaruh disiplin kerja, kompetensi, dan kompensasi terhadap kinerja guru,” vol. 5, no. 20, pp. 313–320, 2018.
- [41] F. E. Sunarsiyani, “Inovasi Penggunaan Media Sosial ‘Wa’ Bisnis (Pelayanan Kantor Desa Wonojati),” *Maj. Ilm. Pelita Ilmu*, vol. 4, no. 1, p. 81, 2022, doi: 10.37849/mipi.v4i1.248.
- [42] M. I. Syahroni, “Studi Urgentitas Guru Tahfidz Di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Lombok Barat,” *eJurnal Al Musthafa*, vol. 4, no. 1, pp. 1–9, 2024, doi: 10.62552/ejam.v4i1.72.
- [43] A. Rombe, A. T. Poputra, and M. Y. B. Kalalo, “Analisis Sistem Kas Berbasis Akuntansi Keperilakuan Dalam Pelaporan Arus Kas Pada Pt. Bank Sulutgo Analysis of Cash Sistem Based on Behavioral Accounting in Cash Flow Report At Pt. Bank Sulutgo,” *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 16, no. 01, pp. 459–469, 2016.
- [44] I. . B. M. Ni Putu Enny Widhi Padmayanti, Ni Nyoman Ayu Suryandari, “PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN DEWAN KO- MISARIS INDEPENDEN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA,” vol. 36, no. June, p. 5860, 2015.
- [45] Yahya, “PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA POLITEKNIK DARUSSALAM PALEMBANG,” *J. Ilm. Orasi Bisnis – Vol. 15 Bulan Mei 2016 1375*, vol. 7, no. 02, p. 115, 2016, doi: 10.25273/pe.v7i2.1623.
- [46] W. P. Astuti, H. Wibawanto, and M. Khumaedi, “Pengembangan Instrumen Penilaian Unjuk Kerja Praktik Perawatan Kulit Wajah Berbasis Kompetensi Di Universitas Negeri Semarang,” *J. Educ. Res. Eval.*, vol. 4, no. 1, pp. 8–14, 2015.
- [47] R. A. Firman Fauzi, “Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik,” *J. Ekon. J. Econ.*, vol. 11, no. 1, pp. 86–95, 2020, doi: 10.47007/jeko.v11i1.3220.
- [48] N. N. A. Suryandari and F. F. A. Mongan, “Nilai Perusahaan Ditinjau Dari Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola, Dan Kesempatan Investasi Perusahaan,” *Account. Prof. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 94–103, 2020, doi: 10.35593/apaji.v2i2.17.
- [49] A. K. S. Watung, I. S. Saerang, and H. H. D. Tasik, “Pengaruh rasio likuiditas, aktivitas, profitabilitas, dan struktur aktiva terhadap struktur modal industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia,” *J. EMBA*, vol. 4, no. 2, pp. 726–737, 2016, [Online]. Available:

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/13152>

- [50] T. Lauvira, Y. Syafitri, and R. Parlindungan, “Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Mengenai Program Perpajakan Tax Amnesty dan Wacana Transparansi Data Nasabah Bank (Bank Secrecy) Tahun 2018 ...,” *J. IJCCS*, pp. 1–12, 2018.

