

DAFTAR REFERENSI

- Aco, A., & Endang, A. H. (2020). *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Afonso Vieira, V., Agnihotri, R., de Almeida, M. I. S., & Lopes, E. L. (2022). How cashback strategies yield financial benefits for retailers: The mediating role of consumers' program loyalty. *Journal of Business Research*, 141, 200–212. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.072>
- Ahmad Syauqi, F. A. L. A. (2022). *Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee*.
- Ardi, H. A., & Ardila, Y. (2024). Pengaruh Promosi Cashback Terhadap Loyalitas Pengguna Shopeepay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. In *Economics, Accounting and Business Journal* (Vol. 4, Issue 1).
- Ardinata, L., Aktarina, D., Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama, S., & Keuangan dan Perbankan Mulia Darma Pratama, A. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts & Coffee di Palembang* (Vol. 4, Issue 2).
- Astuti, M., & Rizkita Amanda, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Cuong & Khoi. (2019). The Relationship between Service Quality, Satisfaction, Trust and Customer Loyalty A Study of Convenience Stores in Vietnam. In *Article in Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* (Vol. 11). <https://www.researchgate.net/publication/336128765>
- darmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Desi Kusuma Anjani. (2025). *Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Matahari Departement Store Mall Ciputra Jakarta*.
- Dewi, A. M. (2022). OPTIMALISASI APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE FOOD SEBAGAI MEDIA PEMASARAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 77. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.393>

- Dewi, K. V., Siregar, R. J., & Wibowo, M. A. (2025). Peran Promo Shopee (Cashback dan Gratis Ongkir) dalam Membangun Loyalitas Pengguna di Kalangan Mahasiswa Gen Z Kota Tebing Tinggi. *Management And Business Progress*, 4(1), 15–21. <https://doi.org/10.70021/mbp.v4i1.233>
- Dinar Amalia, R., & Wibowo, S. (2019a). *ANALISIS SIARAN IKLAN DAN GRATIS ONGKOS KIRIM SEBAGAI TIPU MUSLIHAT DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA E-COMMERCE SHOPEE) UNIVERSITAS TELKOM*.
- Erlina, & Mulyani. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Alfabeta.
- F Tjiptono, A. D. (2020). *manajemen pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Hariyanto, H. (2023). *The Effect of Free Shipping Promos and Customer Reviews on Purchasing Decisions of Shopee E-Commerce Users in the City of Bandung on Twin Date Events*. <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i6>
- Hukum, J., Syariah, E., Afida Dan, A., & Zamzami, M. T. (2020). *J-HES Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga Islamic Law Perspectives Against Buying and Selling Practices Using Time-Limited Discounts at Ramayana Shopping Center, Salatiga City. 04*.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). ANALISIS PERSEPSI PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM (ONGKIR) SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. https://doi.org/10.35446/bi_sniskompetif.v1i2.1011
- Kotler, P. , & A. G. (2019). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kotler, Philip. (2019). *Marketing Management*. Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, J. (2021). Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 12–16. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i1.4400>

- Kushindrajati Aprilia, W., Diah Wulandari, N., & Diantoro, A. K. (2023). The Effect of Discounts and Free Shipping on Impulsive Purchases Moderated by Seller Service. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 18(01).
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2). <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Laudon, K. C. , & T. C. G. (2017). *business, tecnology, sociey* ((12th ed.)). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality, Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 8, 8. www.ijstr.org
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2020). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Mira Istiqomah, N. M. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Mointi, R., & Sauw, O. (2022). YUME : Journal of Management Promosi Cashback, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia). *YUME : Journal of Management*, 6(1), 251–259. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.446>
- Mointi, R., & Sauw, O. (2023). Promosi Cashback, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia). *YUME : Journal of Management*, 6(1), 251. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3547>
- Nadir Alamsyah, & Saino. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 4). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Ni Kadek Eristya Handayani, & Ni Made Rastini. (2025). The Role of Satisfaction in Mediating The Effect of Cashback Promotions and Ease of Use On Customer Loyalty of Ovo E-Wallet In Denpasar City. *Digital Bisnis: Jurnal*

- Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 160–170. <https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3874>
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764>
- Putri, Y. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Hanafi, A. (2018). The effect of service quality and brand trust on loyalty through customer satisfaction in transportation service Go-jek (go-ride) in Palembang City. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(1), 24. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i1.1028>
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i2.915>
- Sati, L. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Shopee terhadap Loyalitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.33087/sms.v3i2.110>
- Sinta Dewi Anggraeni, P., Handaruwati, I., & Lyna, L. (2025). PENGARUH LOKASI, POTONGAN HARGA WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN EMBELIAN DI TOKO ROTI BUDI ASIH JUMAPOLO KARANGAYAR. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 17(2), 169–175. <https://doi.org/10.52166/humanis.v17i2.9312>
- Sodirin, S., & Elina, M. (2020). Pengaruh Kepuasan Pembeli dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pembeli di MM Pringsewu. *JMMS*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i1.596>
- Sutisna. (2019). *Sutisna, Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Taher, G. (2021). E-Commerce: Advantages and Limitations. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v11-i1/8987>
- Ummah, L. D. (2020). RANCANG BANGUN E-COMMERCE PADA TOKO KERUDUNG NURI COLLECTION BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. *NUANSA INFORMATIKA*, 12(2). <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>

Vera Selvina Adoe dkk. (2022). *Buku Ajar E-commerce*.

Vernandi, P. R., & Hernawan, E. (2023). *Pengaruh Cash On Delivery, Promo Gratis Ongkir, dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Marketplace Shopee di Wilayah Kota Tangerang* (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

Yanti, F., Sudirman, R., & Rusli, A. (2023). ANALISIS KOMPARATIF KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DI MASA COVID 19. *Jesyra*, 6(2), 1571–1580. <https://doi.org/10.36778/jesyra.v6i2.1169>

Yayuk, Karnadi, K., & Harisandi, Y. (2022). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WISATA KK26 SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 338. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i2.1906>