

DAFTAR PUSTAKA

- Putra , S. A. (2019). analisa peramalan penjualan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada pt. cakra anugerah arta alumindo medan . *Jurnalilmiah "JUMANSI STINDO" , 2.*
- Felita , P. (2019). pengaruh sales promotion shopee indonesia terhadap impulsive buying konsumen studi kasus: impulsive buying pada mahasiswa stiks tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis.*
- Sy, A., Wiarta, I., Kurniasih, E. T., & Suci , M. (2023). peran customer relationship manajemen (crm) dan kupon diskon dalam upaya peningkatan loyalitas pelanggan . *Jurnal Pendidikan Tambusai .*
- Herdiana , A. F., & Supriyono . (2023). pengaruh e-wom dan potongan harga terhadap perilaku impulse buying. *Management Studies and Entrepreneurship Journal .*
- Rahmawati , K. (2021). pelatihan penjualan online menggunakan marketplace pada ukm di bantul. *Jurnal Pengadilan Masyarakat.*
- Artaya, I., & Purworusmiardi, T. (2019). *efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di jawa timur.*
- Andika, A., Jennifer, Huang , J., & Sebastian , J. (2021). Analysis of Digital Marketing Adoption in Indonesian Micro, Small, and Medium Enterprises. *Jurnal Manajemen Bisnis.*
- Zahroh , R., & Sudarwanto, T. (2021). pengaruh potongan harga dan bonus pack terhadap impulse buying pada konsumen hypermart royal plaza surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga.*
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani , A. (2020). marketplace shopee sebagai media promosi penjualan umkm di kota blitar. *Jurnal Pemasaran.*
- Millania, J. F., Fauziah, A., & Budiman, A. (2024). analisis strategi diskon terhadap volume penjualan di shopee (studi kasus mekaya_im). *Management Studies and Entrepreneurship Journal.*
- Terasha, C., Fazri, A., & Musnaini . (2022). pengaruh diskon, voucher, dan cashback terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran elektronik shopeepay. *Jurnal Dinamika Manajemen.*
- Agustina, S. D. (2020). *pengaruh promosi “voucher gratis ongkir marketplace” terhadap perilaku konsumtif (studi deskriptif kuantitatif terhadap perilaku*

konsumtif dalam belanja online pada kalangan mahasiswa di kabupaten garut).

- KArinina, S. T., & Rustam , T. A. (2023). pengaruh promosi, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace lazada(studi kasus di tiban indah). *eCo-Buss*.
- Sustrisni, N. K. (2020). dampak pandemi covid-19 terhadap bisnis penjualan berbasis online di bali . *Jurnal Ilmiah Akuntansidan Bisnis* .
- Reza, F. (2016). strategi promosi penjualan online lazada.co.id. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Andriani , L. A., & Harti . (2021). pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*.
- Yani , A. S., & Maisarah , I. (2023). the effect of discount and sales promotion on shopee users repurchase intention with customer satisfaction as a moderating variable. *International Journal of Human Capital Management*.
- Puthussery, D. A. (2020). *Digital Marketing* . Nation Press .
- Astuti , M., & Amanda , A. R. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- SUGIYONO, P. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF YOGYAKARTA* :ALFABETA .
- Kotler, P., Keller , K. L., & Chernev , A. (2022). *MARKETING MANAGEMENT*. US: Pearson Globale Editions.