

DAFTAR PUSTAKA

- Abrimo, B. 2014. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Produk Perdana Simpati: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ahmad Rizal. 2022. *Pengaruh Flash Sale dan Tagline Gartis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Febiain Padangsidempuan*. In *Jurnal Administrasi Bisnis Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan* (p.71)
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi revisi, cetakan ketigabelas. Penerbit : Alfabeta. Bandung
- Amanah, DD., & Pelawi, S. P. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan Sales Promotion dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. *Jurnal Quonomic* , Vol. III No. 02
- Arianis et al. 2021. Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literature Review. Dalam *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol. XX, No. 3, 241-257
- Basu Swasta. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta : LibertyAzizah, U. 2020. *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah Brisyariah iB (Survei pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)*. Tersedia : Repository IAIN Purwokerto.<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/8813>
- Chaidir, M. 2018. *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha "Semakin Di Depan" terhadap Kesadaran Merek pada masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di kota Samarinda*. *eJournal Ilmu Komunikasi* Volume 6 No 1, 391-402
- Cindy, M. 2022. *Situs E-Commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia*. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Daniel, N dan Yoseph, P. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori*
- Derby dan Yusepaldo. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Memediasi Brand Awareness*. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9.4. Tersedia: <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/350/335>
- Durmuş, P. B. 2015. *Exploring Antecedents of Private Shopping intention : The Case of Turkish Apparel Industry*. *European Journal of Business and M*
- Dwi Riska S. 2022. *Pengaruh Diskon Harga, Tagline Gratis Ongkir dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*. Skripsi Pada Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang. Tersedia: <http://repository.univ-tridinanti.ac.id/5662/>
- Gugum, G & Pardosi, A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Blibli. com)*. *Pro Mark*, 10(1)

Commented [a1]: Susun berdasarkan alfabet. Lihat urutan huruf kedua, ketiga dan selanjutnya.

- Hasibuan, M. S., & Hasibuan, H. M. S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara
- Juhji et al. 2020. *Pengertian, Ruang Lingkup Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Dalam jurnal Literasi Pendidikan Nusantara Vol. 1, No. 2, pp. 111-124. Tersedia : <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn/article/view/3733/274>
- Kolter, P & Armstrong, G. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Pearson Prentice Hall lac: Global Edition
- Kolter, P & Keller, K. 2016. *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall lac: Edition New Jersey
- Lamb, Jr et al. 2013. *Pemasaran*. Terjemahan David Oktaveria. Jakarta : Salemba Empat
- Liza, U. 2022. *Pengaruh Flash Sale dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FEB Universitas Islam Malang
- Muhammad Aswar. 2023. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan pertama. Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim
- Muhfizar et. al. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia
- Nana Syaodih, S. 2015. *Metode Penelitian pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nirta Vera Yustanti et al. 2022. *Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” dan Program Flash Sale pada Marketplace Shoprr untuk Mendorong Impulsiv Buying Secara Online* . Dalam Jurnal Ekombis – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis . Vol 10. Tersedia: <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2005/1554>
- Nur Azlin et al. 2022. *Pengaruh Tagline “gratis ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura*. Vol. 11. No 3. Tersedia : <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/53285/75676592511>
- N. Fatma et al. 2023. *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Yogyakarta Penerbit PT. Nas Media Indonesia
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing???(Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Kalimantan Timur : Penerbit Mulawarman University PRESS
- Saharuddin et al. 2018. *Analisis Fungsi-Fungsi Manajemen Terhadap Kinerja Karyawan Mandala Multi Finance Kabupaten Luwu Utara*. Equilibrium Vol. 7, No 1. Tersedia : www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/316/237
- Sampir Andrian S. 2018. *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember : Penerbit CV. Pustaka Abadi
- Sanjaya, 2015. *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan*. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 16 No. 2. Tersedia: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/961/903>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung Penerbit Aflabet/

Tjiptono Fandy dan Chandra Gregoris, 2019. *Service, Quality Dan Customer Satisfaction*. Edisi kelima. Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta

Via Lailatur, R et. al. 2022. *Pengantar Manajemen (Konsep dan Tinjauan Teoritis)* Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia

Wibowo Lili Adi dan Priansa Donni Juni. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. cetakan pertama. Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Zakiyyah, A. M. 2018. *Pengaruh Flash Sale Terhadap PPembelian Impulsif Online Pada Toko Online 'Pulchgallery'*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia , Vol. 4 No.1, 63-70