

DAFTAR PUSTAKA

- 96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce. (2020). Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- Aggraeni Faridha. (2016). Pengaruh Promosi , Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket Ptc Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). PENGARUH DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN BISNIS ONLINE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka) Indri. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(1), 155. Retrieved from www.internetworldstats.com
- Dimas Jarot Bayu. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Emor, R., Soegoto, A., Emor, R. Y., Supandi Soegoto, A., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2015). *the Influence of Price Discounts, Brand Image, and Servicescape Towards the Purchase Decision of Consumers Indomaret Tanjung Batu*. 3(2), 738–748.
- Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi’s di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 319. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.710>
- Ginting, B., & Shinta, S. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu). *Universitas Sumatera Utara Repositori Institusi USU*.
- Iqbal, M. (n.d.). Ecommerce penjualan no 1 di Indonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukan-shopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021>
- Lestari, S. O. D. A. E., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh diskon terhadap keputusan penggunaan aplikasi ruang guru di kota karawang. *Kinerja*, 18(1), 134–140.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company. *Manajemen, STIE TRICOM*, 12(2), 101–111.

Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10127>

Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store di Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 1–9.

Satyo, M. F. (2013). Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk Dan Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Garmen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(8), 1–19.

Tokopedia Promo. (n.d.). Retrieved from <https://www.tokopedia.com/promo/>

Tokopedia. (n.d.). Kisah Kami. Retrieved from 2020 website: <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>

