

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Pebrianti, W., Setiawan, H., & Author, C. (2023). The influence of live streaming shopping, online customer reviews, and affiliate marketing on impulse buying trough customer trust in e-commerce shopee. In *IJAFIBS* (Vol. 11, Issue 3). www.ijafibs.pelnus.ac.id
- Ahmad Syaekhu, S. (2021). *Teori Pembailan Keputusan*. Zahir Publishing.
- Amimah Shabrina Putri Prasmono, & Atina Ahdika. (2023). Analisis Regresi Berganda pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Preservasi Jalan dan Jembatan Di Provinsi Sumatera Selatan. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 1(1), 2022.
- Amirin, M. T. (2010). *Menyusun Rencana Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Andriani, A., Hariasih, M., Sukmono, R. A., & Sidoarjo, M. (2024). Influencer Marketing, Personal Branding Image, And Affiliate Marketing Against Tiktok Shop Consumer Impulsive Buying Influencer Marketing, Citra Personal Branding, Dan Affiliate Marketing Terhadap Implusive Buying Konsumen Tiktok Shop. *Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Ardin, & Wulan Nabila. (2020). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. *Repositori Intituti Universitas Sumatra Utara*.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Aulia Rahma, Fauziyah, Nurseto, & Sendhang. (2024). The Effect of Flash Sale, Cashback, and Free Shipping on Impulse Buying in Hijab Consumers Elzatta Brand on Fashion.eve Shopee. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP)*, 7(6), 82–86.
- Awwaliya Dhiyaus Syamsiyah, & Lia Nirawati. (2024). Pengaruh Live Streaming , Flash Sale , dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna E-Commerce Shopee di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2119>
- Benefita. (2022). *Panduan Lengkap Affiliate Marketing*. Niagahoster. www.niagahoster.co.id

- Brewer, Johanna., Ruberg, Bonnie., Cullen, A. L. L. ., & Persaud, C. J. . (2023). *Real life in real time : live streaming culture*. The MIT Press.
- Burhanuddin Rabbani, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Mulyati, Muhammad Umar, Hadawiah, Yane Puspito Sari, Sukrin, Intisari Haryanti, Muhammad Hery Santoso, Wayan Ardani, & Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran* (M. S. Dr. Drs. Marto Silalahi, Ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. www.globaleksekufteknologi.co.id
- Carissa, R. (2024). eCo-Buss 623 Analisis Pengaruh Live Streaming, Hedonic Shopping Motivation, dan Price Discount terhadap Impulse Buying (Studi pada Generasi Z Pengguna Social Commerce Tiktok). *Economy and Business*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Chasanah, U., Widya, S., Yogyakarta, W., & Mathori, M. (2021). Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, dan Norma Subyektif pada Marketplace di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 12(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Darwipat, D., & Syam, A. (2020). Pengaruh Program Flash Sale terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2020). Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*.
- Desy Anggrain, N. M. (2023). Penggunaan Media Sosial Tik Tok dan Pengaruhnya terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMK Al Khairiyah Bahari Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Dewi Inda Sari. (2023). The Influence of Affiliate Marketing and Brand Image on Impulse Buying Skintific Products on Shopee Live in Generation Z. *Innovation of Economics and Management*, 3, 31–38.
- Diah Ayu Lestari, & Alfiyani Nur Hidayanti. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas

- Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *ACCOUNTING GLOBAL JOURNAL*.
- Dian Ari Nugroho, & Nanang Suryadi. (2023). *Dasar_Dasar_Digital_Marketing*. Universitas Brawijaya Press.
- Djaali. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Abdul Fattah Nasution, M. P. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Dr. Hj. Meyniar Albina, Ed.). CV. Harfa Creative.
- Garaika, & Darmanah, S. E. , MM. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. CV. HIRA TECH. www.hira-tech.com
- Harbani Pasolong, M. Si. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. www.cvalfabeta.com
- Wier Ritonga, SE. , M. (2022). *PEMASARAN* (Yoseph Benny Kusuma, Ed.). PT. Muara Karya.
- Ervina, G., Simanjorang, E. F., & Siregar, N. A. (2024). Effects of Cashback, Flash Sale, and Free Shipping on Impulsive Buying at Shopee Marketplace. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 61–72. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2251>
- Fadly Syahputra, M. (2023). Analysis Hedonic Shopping Lifestyle and E-Impulse Buying For Shopee Platform Users. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10, 273–282. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Faidah, N. M., & Nugroho, R. H. (2024). The Effect of Live Streaming, Price Discounts, Product Reviews on Impulse Buying Behavior at Shopee E-Commerce. In *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Issue 3).
- Fajrin, A., Muharam, H., & Patra, D. E. (2024). Analisis In-Store Factor Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Citrus Department Store (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan). *NAMARA: Jurnal Manajemen Pratama* , 1(2). <https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/index>
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* , 4(1), 2615–7039.

- Farida Yulianti, S. E. ,M. M., Lamsah, S. E. ,M. M., & Periyadi, S. E. ,M. M. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. Deepulish (CV BUDI UTAMA).
- Fateekha lireeh, D., & Moh. Faizin. (2023). Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan Kemudahan Akses Aplikasi Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 394–402. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2543>
- Fathia Aini, N., Safitri, D., & Info, A. (2024). Perilaku Konsumtif Gen Z Dalam Kehadiran Tiktok Shop Gen Z Consumptive Behavior In The Presence Of The Tiktok Shop. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Ekonomi, F., Bisnis, D., Buana, U., & Karawang, P. (2023). The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Kenan Hijab on Tiktok Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Febri Yanti Sapa, A. L. T. B. L. (2023). 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. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Fitri Maharani, A., Marici Fawaz, D., Larissa Y, R. B., Respati Kusumasari, I., & Hidayat Nugroho, R. (2024). Analisis Model Pengambilan Keputusan: Pendekatan Rasional dan Normatif. *Publishing*, 2(2), 1–8. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Frisca Rizti. (2024, May 29). *185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024*. GooStats.
- Gustiani, D. S., & Marsudi, J. (2018). Influence Of Enthusiasm Learn The Availibility Of Medium Education And Interest Lecturer To Understanding Of Convergence Psak. *JURNAL AKUNIDA*, 4(1). <http://www.edukasi.kompas.com>

- Hadha, N., Ula Ananta Fauzi, R., & Setiawan, H. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Affiliate Marketing Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Shoppe Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Haryani, H., Salsabila, C., Cahayati, N., Studi Akutansi, P., & Raharja, U. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Customer Dalam Melakukan Pembelian Marketplace Shopee. *Indonesian Journal Accounting (IJAcc)*, 4(2).
- Hizrian, & Effendy. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Dealer Motor Honda Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir,). (2021). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. www.indotelko.com
- Lubis, R. H., Ramadhan, Z., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Promo Gratis Ongkir Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(3), 562. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v5i3.22267>
- Machfudloh, N. A., Laily Nisa, F., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). Analisis Affiliate Marketing Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*.
- Mahanum. (2022). Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Kebijakan. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pendidikan* . <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/sabilarrasyad>
- Marsyela, Marsyeli, & Maidiana. (2023). Pengambilan Keputusan Dalam Perilaku Organisasi. *Jurnal Bahasa Indonesia*.

- Mertaningrum, N. L. P. E., Giantari, I. G. A. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2023). Perilaku Belanja Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 605–616. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.70463>
- Mesran, M., Suginam, S., Joli Afriany, & Dwika Assrani. (2024). Optimalisasi Peningkatan Penjualan Menggunakan Media Sosial Tiktok. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 395–401. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i4.1531>
- Muh. Fitrah & Luthfiyah. (2018). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. In *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak .
- Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh, & Henriette D. Titaley. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *JURNAL SIMETRIK*.
- Netrawati, A. G. O., Gusti, I., Oka Netrawati, A., Nuada, W., & Syakbani, B. (2022). The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *Sentralisasi Universitas Sorong*.
- Novi Angga Safitri, S. Sy. , M. M. (2023). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Sy. , M. E. Rahmad Kurniawan, Ed.). K-Media.
- Novilia, F., Hendrayati, H., & Fahreza, M. (2024). Examining the Impact of Live Streaming, Affiliate Marketing, and Flash Sale Programs on Purchase Intentions in the Tiktok Shop (An Empirical Study Focused on Generation Z). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 2024–2209.
- Nugroho, B. A., Pattiata, D. N., Hellyani, C. A., Bintang, K. :, & Nugroho, A. (2024). *Pengaruh Affiliate marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tokopedia)* (Vol. 4).
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, & Kamaluddin Abunawas. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*.
- Oktavyana, K., Habra, M. D., Fikri, M. H., & Siregar, H. (2024a). *Jurnal Mirai Management Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop Pada*

- Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam*). 9, 1016–1024.
- Oktavyana, K., Habra, M. D., Fikri, M. H., & Siregar, H. (2024b). *Jurnal Mirai Management Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop Pada Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam)*. 9, 1016–1024.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, & Marc Oliver Opresnik. (2018). *Principles of Marketing* (Steven Jackson & Ishita Sinh, Eds.; Trudy Kimber). British Library Cataloguing-in-Publication Data.
- Pratama, S. A., Intan, R., Mahasiswa, P., Dosen, D., & Unsurya, M. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress. JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Teori Perilaku Perilaku Konsumen* (S. T. , M. T. Ahmad Jibril, Ed.).
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Raras Risia Yogasnumurti, S. E. , M. M. , & Heni Yuvita, S. E. , M. S. (2024). *Psikologi pemasaran digital*. Basya Media Utama.
- Reviani, I. (2022). Pengaruh Affiliate Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Jual Beli Online Shopee (Studi Kasus Di Bandung). *Repository Universitas Widyatama*.

- RezaAlfarozi Ritonga, T. R. S. T. M. M. (2023). Hal+73-91+Manajemen_Pengaruh+Free+Ongkir+Kirim+Dan+Kualitas+Produk+Terhadap+Kepuasan+Pelanggan+Online+Shop(studi+pada+pengguna+shopee+mahasiswa+fakultas+ekonomi+dan+bisnis+UPU)_Reza+Alfarozi+Ritonga_Universi. *Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* .
- Rizqia Savitri, R., Riva'i, A. R., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Semarang, U. S. (2024). The Influence Of Flash Sale, Live Streaming And Electronic Word Of Mouth On Impulse Buying Among Shopee Users Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rosdiani dan Angga Hidayat, N. (2020). Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi dan Intensitas Aset Tetap terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 1(2). www.idx.co.id
- Slamet dan, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen & Bisnis Alians*, 7.
- Song, C. :, & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. In *Econstor*. <https://hdl.handle.net/10419/238054>
- Sri, P. T., Isman, R., Adinda, T., Shavira, V., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sri Rejeki Isman Tbk. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu*. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet>
- Sunarno. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Bekasi Barat. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal*

<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

- Susanto, N. J. (2023). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness To Buy Pda Marketplace Shopee Dengan Subjective Norm Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Streategi Pemasaran*.
- Sutandi, M., Fauzi, A., Caesar, L., Putri, N. N., Shava Viola, D., Rhamadina, O., Putri, I., & Abrar, Z. (2024). Analisis peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (Jimt)*. <https://doi.org/10.31933/jimt.v5i3>
- Sya'idah, E. H., Jauhari, T., Kadiri, U., & Id, A. (2022). The Effect Of Social Media Marketing On Brand Awareness Of Lingua Franca Edutama Course And Training Institute Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Lingua Franca Edutama. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>
- Ulfi Ansyah Alfitroch, Farida, E., & Rahman, F. (2022). 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 Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*. www.fe.unisma.ac.id
- Wardhana, A. (2024). *Populasi dan Sampel* (Mahir Pradana, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA. <https://www.researchgate.net/publication/382060682>
- Wardhana, & Aditya. (2024). *Skala Interval Dalam Penelitian Kuantitatif* (Ph. D. Mahir Pradana, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA. <https://www.researchgate.net/publication/382028447>
- Widyaningrum, D. (2022). Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(3), 481–492. <https://doi.org/10.55927>

- Wijianto, H. S., Djunaidi, D., & Rahmadi, A. N. (2024). The Influence of Flash Sales and Free Shipping on Shopee on Impulsive Buying Among Gen Z in Nganjuk Regency. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.30996/jem17.v9i2.10899>
- Wilda Julianti, Andang Fazri, & Husni Hasbullah. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–150. <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- Yustiani, R., Yunanto, R., Studi Manajemen, P., & Studi Komputerisasi Akuntansi, P. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Ilmiah Komputer Dan*, 6(2).