

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, L., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 491–508.
- Assauri, Sofyan. (2016). Manajemen Operasi Produksi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dora, Y. M., & Dewi, C. S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Online Shop Ig Mamameramu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(2), 81–91.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 22–31.
- Febrilla, S., & Ponirin, P. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Shopee Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(1), 56–62.
- Guide. (n.d.). Wix . Com User Guide.
- Handoko, T. H. (2015). Manajemen Oprational (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE.
- Heizer, Jay, & Render, Barry. (2015). Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy. (2015). Manajemen Operasi (Edisi Revisi). Jakarta: Gramedia.
- Karongkong, Kenny Regina, dkk. (2018). Penerapan Akuntansi Persediaan Barang Dagang Pada UD. Muda-Mudi Tolitoli. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*. Volume 13, Nomor 2. Halaman 46-56.
- Larasati, D. R., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 35–48.
- Manahan, P. Tampubolon. (2014). Manajemen Operasi & Rantai Pemasok (Operation and Supply chain Management) (Edisi Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Ramadhani, L., Kurniawati, M., & Rahayu, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Website Dan Dimensi Kepribadian Big Five Terhadap Pembelian Impuls Online Dengan Promosi Penjualan Sebagai Variabel Moderasi “Studi Pada Shopee.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 120–132.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi penggunaan ecommerce dalam perkembangan bisnis di era digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6–12.
- Ristono, Agus. (2013). Manajemen Persediaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Roni, Syafri. (2016). Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Activity Based Costing Analisis pada PT Besmindo Andalas Semesta. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 3, Nomor 1. Halaman 14-27.
- Rumetna, M. S., Karay, J., Lina, T. N., Matahelumual, F., Rieuwpassa, H. S. J., & Saflesa, S. (2024). Optimalisasi Penjualan Buah-Buahan dalam E- Commerce Memanfaatkan Wix Builder: Solusi dan Implementasi. *Informatech: Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 1(1), 18–25.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Sutrisno, S., Irawati, O., Istiqomah, I., & Rahayu, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Dengan WIX Pada Siswa SMK Informatika Ciputat. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 4(1), 51–56. <https://doi.org/10.31092/kuat.v4i1.1493>
- Umami, Dea Misbachul, dkk. (2018). Analisis Efisiensi Biaya Persediaan Menggunakan Metode EOQ (Economic Order Quantity). *Jurnal Agroteknologi*. Volume 12, Nomor 1. Halaman 64-70.
- Wardah, N. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 121–132.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek,

- Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212.
- Ummah, N. K. (2022). Evaluasi Health Management Information System (HMIS) Bagian Pelaporan Rekam Medis Menggunakan Metode PIECES di RSUP Dr. Kariadi Semarang.
- Anggusti, M., Bhastary, M. D., & Khairani, S. (2020). Sistem Informasi Manajemen.
- Andriani, N. (2023). Buku Referensi Manajemen Merek: Strategi dan Pengembangannya.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Amar, M. S. (2010). Proses pembentukan Purchase Intention Toward Extended Product (Kasus pada Surat Kabar Seputar Indonesia).
- Ardiyansyah, R. (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di Puspa Agro. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 8.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.
- Kembang, L. P., Indranopa, R., & Kalbuadi, A. (2023). Efektivitas Bauran Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Art Shop Sukarara Lombok Tengah. *Epsilon: Journal of Management (EJoM)*, 1(2), 137-151.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197-210.
- Maliki, M. I. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Grosir Sembako Pada Toko LA-RIS. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 304-311.
- Puryati, D., & Kuntadi, S. (2017). Biaya Produksi, E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(2), 217-228.