

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur, Rofiq. (2021). Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Alfitroch, S., Farida, L., & Rahman, M. (2022). *Pengaruh harga diskon terhadap keputusan pembelian konsumen di RT 8 Kelurahan Karangbesuki, Kota Malang*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Appuliani, R. A., & Handayani, T. (2024). Analisis pengaruh flash sale, tagline “gratis ongkir” dan layanan cash on delivery terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6754–6764.
- Databoks. (2024). *Tingkat penetrasi internet di Yogyakarta tertinggi di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Devica, A. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–55. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2276>
- Erlyasari, N., Isnafahrani, L., & Supriono, S. (2024) The influence of online customer reviews and online customer ratings on purchase decisions of Wardah products through the Shopee marketplace. *Jurnal Ecoment Global*, 9(2), 150–158. <https://doi.org/10.36982/jeg.v9i2.4472>
- Finaldi, Z. (2022). *Hasil survei Ipsos Indonesia, Shopee juarai e-commerce di Indonesia*. Kabar Priangan. <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/ekonomi-bisnis/pr->

1483643887/hasil-survei-ipsos-indonesia-shopee-juarai-e-commerce-di-indonesia?page=4

- Fayadl, M., & Mustapita. (2023) *Pengaruh gratis ongkir dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Firmansyah, R., & Nalurita, D. (2022) *Strategi pemasaran melalui harga diskon untuk meningkatkan daya saing bisnis ritel*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 15(1), 22–30.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamhamdidi, A., Rahman, S., & Putra, M. (2024). Pengaruh metode pembayaran Cash On Delivery (COD), gratis ongkos kirim, dan flash sale terhadap keputusan pembelian di Shopee (Studi kasus pada mahasiswa STIE AMM Mataram). *Jurnal Ganec Swara*, 18(1), Maret 2024. Diakses: <http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA>
- Herlina, N., Widodo, A., & Pratiwi, R. (2021). *Pengaruh Flash Sale, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Shopee*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(2), 112–123.
- Irawati, S., & Stefani, N. (2024). Pengaruh Harga, Voucher Diskon dan Gratis Ongkir di Aplikasi Shopee Food Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Malang. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(2), April 2024. E-ISSN: 2716-2583
- Istiqomah, A., & Hartono, R. (2022). *Strategi promosi gratis ongkos kirim dalam meningkatkan minat beli konsumen pada platform e-commerce*. Jurnal Pemasaran Digital, 7(1), 34–42.

- Jannah, M. (2023). Pengaruh promosi, *cash on delivery*, dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1). Universitas Islam Malang. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Kusumawati, A. (2021). *Pengaruh online customer review, online customer rating, dan layanan cash on delivery (COD) terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Shopee di Kota Malang)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lestari, R., Putra, D. H., & Sari, N. P. (2023). Analisis pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 8(2), 101–110.
- Mononimbar, C. V. (2022). *Analisis kedudukan pelaku usaha transaksi online pada bisnis e-commerce menurut Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2009 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)* (Skripsi Sarjana, Universitas Kristen Indonesia).
- Oktavyana, D., Sutrisno, E., & Sari, N. (2024). *Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna TikTok Shop pada Masyarakat di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam)*. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 1016–1024.

- Panginan, S., Wijaya, H., & Fitriani, R. (2024). Pengaruh promo voucher gratis ongkir, discount dan cash on delivery (COD) terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(2), Mei, 2024. p-ISSN: 2775-1880, e-ISSN: 2775-1872.
- Pratiwi, D., & Suherman, H. (2023). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(2), 101–110.
- Putra, M. A., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh Diskon Harga terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(3), 210-219.
- Putri, A. D., & Saputra, R. Y. (2021). Pengaruh metode pembayaran *cash on delivery* terhadap minat beli konsumen dalam transaksi online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 6(1), 55–64
- Rohma, Mimmatur, & Rizal, M. (2024) Pengaruh Online Customer Rating, Online Customer Review, Cash On Delivery (COD), dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian di E-commerce Lazada. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1). ISSN: 2302-7061. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang (Unisma). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Shulcha, F., Karnowahadi, K., & Subandi, S. (2023). Analysis of the influence of online consumer reviews, perceived quality, and price perception on purchase decisions at the Charles and Keith brand in Semarang. *Admisi dan Bisnis, Polines*. Retrieved from <https://jurnal.polines.ac.id>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (Edisi ke-8). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, F. (2021). Pengaruh potongan harga terhadap peningkatan transaksi di marketplace Tokopedia. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 9(1), 55–64.
- Setyagustina, S., Nurhikmah, N., & Fitriani, F. (2022) Pengaruh potongan harga (diskon), gratis ongkir dan sistem COD terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Economia*, 1(3), 154–161. <https://doi.org/10.58905/economia.v1i3.1181>
- Shopee. (2020). *Panduan metode pembayaran Shopee*. <https://shopee.co.id/docs/3112>
- Solomon, M. R. (2020). *Perilaku Konsumen: Membeli, Memiliki, dan Menjadi* (Edisi ke-13). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tuasikal, R., Wiradinata, S. A., & Yulianto, R. (2024). Pengaruh harga diskon, penilaian produk dan layanan COD terhadap keputusan pembelian (Studi pada e-commerce Shopee di Sidoarjo). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6872–6889.
- Wahyuni, D., & Hasan, A. (2022). Pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 45–58.
- Widodo, R. (2022). *Pengaruh gratis ongkir, flash sale, dan cash on delivery terhadap keputusan pembelian di toko online Shopee pada masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

- Wulan, N. D., Sari, M., & Kurniawan, H. (2023). Pengaruh metode pembayaran cash on delivery terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 9(1), 50–58.
- Yolanda, R. (2021). *Metodologi Penelitian: Konsep, Teknik, dan Analisis Data*. Yogyakarta: Deepublish.