

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. D., & Wibowo, S. 2019. Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee). *eProceedings of Applied Science*. Vol 5. No 2. Hal 571–579.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryanto, Rozak. 2022. Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Nabil Fresh. *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish STIEGICI*.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Aziz, Nur., A. Widarko, dan M. Rizal. 2022. Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*. Vol 11. No 22. Hal 58-71.
- Deufel, Patrick and Kemper, Jan. 2018. Online Payment Method Selection: The Habitual Choice of Deferring Payment. *ICIS 2018 Proceedings*. 01.
- Elsasari, Fatekhah Herlyana. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Rating, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish UMS*.
- Fuady, Munir. 2002. *Pengantar Hukum Bisnis, menata bisnis modern di era global*. PT. Citra Aditya. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____ 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____ 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handayani. 2021. Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping. *UG Jurnal*. Vol 15. No 04. Hal 58-66.

- Haq, Rizna Intani S., Ayun Maduwinarti., Ute Chairuz M. Nasution. 2022. Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, dan Ulasan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Belia Cosmetic Di Shopee. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*. Vol 01. No.01. Hal 36-40.
- Indonesia, Bank. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang. *Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah*.
- Isnaini, Arif. 2008. *Model dan Strategi Pemasaran*. NTP Press. Makasar.
- Istiqomah, Mira dan Novi Marlana. 2020. Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*. Vol 12. No 02. Hal 288-298.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____ 2012. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____ 2016. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kusumatriana, Adam Luthfi, Adriyani S, Atika N, Evan F, Heny W, Khairul A, Rahmad B, Rima U, Rizqy O, Samuel B, Tri S, Vera C. 2021. *Statistik E-Commerce 2021*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Laksana, Muhammad A dan Engkur. 2021. Pengaruh Nilai Pelanggan, Promosi, dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur). *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish STEI*.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN. Yogyakarta.
- Nurdian, Graha. 2022. *Data E-commerce Indonesia 2022*. Diakses pada 08 Maret 2023, dari grahanerdian.com: <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/#43->
- Purnamasari, S., dan Murwatiningsih. 2015. Brand Image Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer Di Semarang Timur. *Management Analysis Journal*. Vol 04. No 03. Hal 265-272.
- Razali, Geofakta, Dessy Andamisari, dan Jun Saputra. 2022. Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian

- Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*. Vol 2. No 3. Hal 482-491.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2023. Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023. Diakses pada 08 Maret 2023, dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Sari, Vela Novita. 2019. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha. *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish STIEWW*.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley and Sons. United Kingdom.
- Shafa, Pradika Muthiya dan Jusuf Hariyanto. 2020. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee. *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish STEI*.
- Sofiani, Iin dan Andi Iwan Nurhidayat. 2019. siRancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Manajemen Informatika*. Vol 10. No 01. Hal 25-32.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Alfabeta. Jakarta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Top Brand Award. *Komparasi Brand Index: Situs Jual Beli Online*. Diakses pada Maret 2023 dari topbrand-award.com:

https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=540

Tussafinah, H. 2018. Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang). *Diakses: Skripsi yang tidak dipublish UIN Walisongo.*