

DAFTAR PUSTAKA

- Appuliani, A., & Handayani, L. S. (2024). Analisis Pengaruh *Flash sale*, Tagline “Gratis Ongkir” Dan Layanan *Cash on delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6754-6764.
- Ashari, D. R., Putri, A. R., & Wahyudi, S. T. (2024). Pengaruh Harga Diskon, Gratis Ongkir, dan Ulasan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Digital*, 8(1), 55–67.
- Astuti, R. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Muda di Platform Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Digital*, 7(1), 33–42.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications, Inc.
- Darwipat, D., & Syam, A. (2020). Pengaruh Program Flash Sale terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 58-64.
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap *flash sale* belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47-56.
- Dewi, N. P., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Flash Sale dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce dengan Peran Mediasi Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 10(2), 115–127.
- Dewi, N. P., & Suhud, U. (2023). Pengaruh Integrasi Media Sosial, Influencer Marketing, dan User-Generated Content terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 67–80.
- Dwitama, I. R., Nugroho, A. W., & Cahyani, R. D. (2023). *Pengaruh Penilaian Produk, Gratis Ongkir, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pria di Shopee*. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan*, 7(2), 90–101.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Halaweh, M. (2017). Intention to adopt the *Cash on delivery* (COD) payment model for E-commerce transactions: An empirical study. In *Computer Information Systems and Industrial Management: 16th IFIP TC8 International Conference, CISIM 2017, Bialystok, Poland, June 16-18, 2017, Proceedings 16* (pp. 628-637). Springer International Publishing.
- Hamdi, N., Wardani, R., & Zulkarnaen, Z. (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). *Ganec Swara*, 18(1), 413-418.

- Handayani, H. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *UG Journal*, 15(4), 123-130.
- Hastriana, A. Z., & Wildani, A. R. B. (2023). Pengaruh Customer Rating, Promosi *Flash sale*, COD, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 86-100.
- Hermansyah, M., & Qolbi, M. A. (2024). Cash on Delivery sebagai Solusi Transaksi Aman: Studi Kasus pada Konsumen e-Commerce di Wilayah Rural. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 5(2), 123–134.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert empat skala. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 1 (1), 1-4
- Hidayat, M. F., Sari, P. D., & Wijaya, T. R. (2023). Pengaruh Harga Jual dan Promosi Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(3), 140–152.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Joshi, S., Domb, M., Pandit, A., & Thakur, V. (2017). Impact of *flash sales* on consumers and *e-commerce* industry in India. In *Annual International Conference on Qualitative and Quantitative Economics Research (QQE)*.
- Kang, D., & Tan, H. (2017). The effect of free shipping on *online* purchase decision: Moderating role of product price and shipping cost. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 42-52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.001>
- Kidane, T. T., & Sharma, R. R. K. (2016). Factors affecting consumers' purchasing decision through ECommerce. In *Proceedings of the 2016 international conference on industrial engineering and operations management Kuala Lumpur, Malaysia* (Vol. 8, No. 10, pp. 159-165).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15 Global Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. 7th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawati, D., Pramudito, A., & Sari, R. P. (2021). Pengaruh Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform E-Commerce: Perspektif Scarcity dan Urgency. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 101–112.

- 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). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ningsih, S. R., & Yuniarti, N. (2025). *Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Shopee*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 10(1), 77–88.
- Niswaningtyas, A., Prabowo, H. A., & Fadli, A. (2022). Pengaruh *online customer review* dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di *platform e-commerce* Shopee pada pengguna aplikasi Shopee (Studi pada mahasiswa program studi D-IV Manajemen Pemasaran di Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 111-124.
- Niswaningtyas, M. R., & Hadi, S. P. (2022). *Pengaruh Ulasan Pelanggan dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 45–58.
- Pamungkas, R., & Anggarini, N. (2024). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Online dan Digital Marketing*, 4(2), 33–44.
- Priyanto, A., & Yuniarti, D. (2023). Tantangan Literasi Digital dan Inklusi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Transformasi Digital Indonesia*, 4(2), 45–58.
- Putri, H. T. M., & Aprizal, Y. Z. (2024). Pengaruh Iklan, Sistem COD dan Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Gen Z di Kota Jambi pada Aplikasi Tiktok Shop dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Bertuah Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, 5(3), 418-430.
- Rahmawati, A., Safitri, A., & Maulana, D. (2024). Pengaruh Diskon Flash Sale dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Fashion Wanita di Shopee. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 5(1), 60–70.
- Ratu, C. D. M., & Oktaviannur, M. (2024). The Effect of Free Shipping Promotion Strategy (Ongkir), *Cash on delivery* (COD) Payment Method, and *Flash sale* on Purchasing Decisions for Shopee Users in Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(02), 854-871.
- Rizan, M., Warokka, A., & Listyawati, D. (2023). The Structural Shift of Consumer Behavior in E-Commerce After the COVID-19 Pandemic: Evidence from Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 123-134.
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian* (Edisi ke-6, Buku 1). Salemba Empat.
- Setiadi, A., & Yulianto, B. (2023). Peran Interaksi Sosial dan Live Streaming dalam Membentuk Minat Beli Konsumen di TikTok Shop. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Digital*, 2(1), 21–34.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriati. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat Press Unikom, 2015.
- Syauqi, et. al (2022) Pengaruh Cashback, *Flash sale*, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), *Jurnal Manajemen Akuntansi*, No. 4, Vol. 2
- Widodo, R. (2022). *Pengaruh gratis ongkos kirim, flash sale dan cash on delivery, terhadap keputusan pembelian di toko online shopee pada masyarakat kelurahan simpang baru kecamatan binawidya kota pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Zhang, M., Zhang, J., Cheng, T., & Hua, G. (2018). Why and how do branders sell new products on flash sale platforms? *European Journal of Operational Research*, 270(1), 337–351. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.02.051>.