

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) Universitas Telkom*. 5(2), 571–579.
- Auli, S., Ridwan, B. M., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 111–121.
- Burhan, F. A. (2020). *Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria”* ,
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halaweh, M. (2018). Cash on delivery (COD) as an alternative payment method for e-commerce transaction: analysis and implications. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Kidane, T. T., & R., S. R. (2016). Factors Affecting Consumer’s Purchasing Decision Through E-Commerce. *Journal International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Kuala Lumpur, Malaysia*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Maghfirotul, F. R., A’yun, Q., Argy, H. M., & Muzdalifah, L. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perserpsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Cash On Delivery (COD) Pada Pelaku UMKM Di Sidoarjo. *Greenomika*, 3(2), 98–105.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162–165.
- Nurliyani, H., Safarina, F., & Faizal, N. M. (2015). Buku Seri Praktikum E-Commerce. *Laboratorium Manajemen Menengah Litbang*, 1–46.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek Terhadap

- Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3), 1–9.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Sari, V. N. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shopee. (2021). *Syarat dan Ketentuan Program Gratis Ongkir*. <https://shopee.co.id/docs/6914>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2008). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer & Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.