

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi*. Malang : AE Publishing.
- 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. *E Proceeding of Applied*.
- Andi, D. (2023). *idEA Prediksi Nilai Transaksi E-commerce Nasional Mencapai Rp 572 Triliun pada 2023*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id>
- Anthony, Kembau, A. S., & Felix, A. (2022). Pengaruh Faktor E-Service Quality Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Pada Produk Fashion Di E- Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/15376/9704>
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). *Keputusan Pembelian Online (Jufrizen (ed.))*. UMSU PRESS.
- Aulia, N., Abdulahanaa, & Haslindah. (2025). Pengaruh Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Melalui Customer Trust Sebagai Variabel Intervening. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3), 5711–5719.
- Bahri, K. N., Arissaputra, R., Susriyanti, Syahputra, Firdaus, M. I., Akbar, A. Y., Simanjuntak, V. C., Setiorini, K. R., Firdaus, Kristiadi, A. A., Asmini, Dewi, P. P., Prena, G. Das, & Wijaya, N. P. N. P. (2025). *Perilaku Konsumen*. CV Intelektual Manifes Media, Bandung. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=UONfEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=perilaku+konsumen&ots=mT3MNmLxsC&sig=IOuCZhQLXtZZmxO5AlvJExrmF1I&redir_esc=y#v=onepage&q=perilaku+konsumen&f=false
- Budianto, A. (2017). *Manajemen Operasional Stusi Manajemen Operasi Industri, Jasa, dan Publik*. Penerbit Ombak.
- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon , Gratis Ongkos Kirim , Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. CV BUDI UTAMA.

- Faisal, A. (2024). *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dan Tokopedia di Perumahan Villa Mutiara Gading 3*. Skripsi FEB Universitas Satya Negara Indonesia.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Makassar : PT. Nas Media Indonesia.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya : UM Surabaya Publishing.
- Fuadi, M. Z. R. H., & Diniyanto, A. (2022). Evaluasi Sistem Cash On Delivery : Demi Meningkatkan Kepastian Hukum Dalam Perkembangan Transaksi Elektronik DI Indonesia Evaluation Of Cash On Delivery System For Improvung Legal Certainty In The Development Of The Electronic Transactions In Indonesia. *IPMHI Law Journal*, 2(2).
- Hamdi, N., Wardani, R., & Zulkarnaen. (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), 413–418. <https://doi.org/http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA>
- Hantono, & Wijaya, S. F. (2025). *Pengantar Manajemen*. Bandung : Widina Media Utama.
- Herayani, L., & Sari, D. E. (2024). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim , Cod , Dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 550–564.
- Hidayatullah, S., & Wiradiputra, D. (2021). Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan. *Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*, 12(2).
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Kaizen Media Publishing.
- Isnaini, K., Devi, Y., & Aisyah, A. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Layanan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Konsumen Shopee Di Kec Pasir Sakti, Kab Lampung Timur). *IERJ : Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 2(2), 1241–1262. <https://shariajournal.com/index.php/IERJ/article/view/636/301>
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*,

288–298.

Ivan Kurniawan. (2025). *Menelusuri Keadaan Bisnis dan Tren Bisnis Populer di Indonesia*. Dewataalks. <https://www.dewataalks.com/blog/tren-bisnis-indonesia/>

Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(13). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/14374/10895>

Komariyah, S., & Subiyantoro, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Angkatan Tahun 2019-2020)*. 2(9). <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/839/745>

Kosasih, N. (2022). *Pengantar Manajemen*. Guemedia Member of Guepedia Group.

Kurniawan, P., Anwar, Y., & Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat Media Patners, Yogyakarta. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=n9fLEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=tujuan+manajemen+pemasaran&ots=H3B9ZoTUU4&sig=nKKvaczioM7jjuPG5zoZDSRW9bU&redir_esc=y#v=onepage&q=tujuan+manajemen+pemasaran&f=false

Kurniawan, S. A., Tiong, P., Afiati, L., Amien, N. N., Sari, R. D., Lestari, F. I., Pratomo, L. C., Rusmana, D., Hayati, M., Sampara, N., Anwar, M. S., Verawati, L., & Fattah, F. A. (2025). *Perilaku Konsumen*. PT Mega Press Nusantara, Sumedang. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=h41VEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=perilaku+konsumen&ots=9l6NoPqEmM&sig=KNSoBydyF_BjHWUNjMYFDzkdCHI&redir_esc=y#v=onepage&q=perilaku+konsumen&f=false

Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3).

Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *EMBA*, 10(3), 975–984.

Mulyadi, & Winarso, W. (2020). *Pengantar Manajemen*. CV Pena Persada.

- Mursyidah, D. S., Vidiанти, C., Rahmawati, E., Nurhayati, Yunita, F., Martoyo, A., Putri, D. S. A. A., Hisyam, M., Pandriadi, Yati, Maryadi, A. F., Haji, S., & Muhiban, A. (2025). *Perilaku Konsumen*. PT Penerbit Qriset Indonesia. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Gm3QEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=perilaku+konsumen&ots=12XFDdy2sZ&sig=ghYU2AVHY68jAzatdr-ZChN_JhU
- Ningrum, S. N. H., Sari, D. F., & Maleha, N. Y. (2025). Pengaruh Flash Sale Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee. *JURBISMAN : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 425–432.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., & ... (2021). *Teori perilaku konsumen*. [books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Oa1eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=perilaku+konsumen&ots=scvQwOuGjx&sig=SiA32VpAg-o9QOUi6bZmzeBhS-A](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Oa1eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=perilaku+konsumen&ots=scvQwOuGjx&sig=SiA32VpAg-o9QOUi6bZmzeBhS-A)
- Oktarina, M. (2024). Manajemen Resiko Pengiriman Barang Online Menggunakan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD). *Digital Bisnis : Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 209–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2563>
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
- Pandowo, A., Kasanah, S. U., Masruchin, Hurdawaty, R., Sulistiyowati, R., Izzati, A. U., Angguna, W. M., Yulianti, S., Anindea, F., Bari, A., Riana, D., & Krismayanti, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV Basya Media Utama, Pasuruan. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=5dXMEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=fungsi+manajemen+pemasaran&ots=qH9SGlt_mV&sig=uwnPG-ONP4Lqtz6NfRQom7xSegM&redir_esc=y#v=onepage&q=fungsi+manajemen+pemasaran&f=false
- Pasaribu, A. P. (2022). *Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Masyarakat Kota Medan*.
- Perkembangan Teknologi di Indonesia dan Dampaknya pada Bisnis*. (2026). Telkom Indonesia. https://www.telkom.co.id/sites/berita/id_ID/article/perkembangan-teknologi-di-indonesia-dan-dampaknya-pada-bisnis-255
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan

- Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JABKES: Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>
- Putri, K. U. J. (2025). *[Update] Data e-commerce Indonesia: panduan lengkap*. Tech In Asia. <https://id.techinasia.com>
- Rahmadhania, L. S., Romadhoni, S., Arimustofa, D. N., Wulandari, N., Hanifah, U., & Waluyo. (2024). Analisis Sistem Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Dalam Berbelanja Online Di Shopee Menurut Perspektif Fiqh Muamalah. *JISEF: Journal Of Internasional Sharia Economics and Financial*, 3(02), 139–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.62668/jisef.v3i02.1294>
- Rahmayanti, E., & Mawardi, D. (2025). *Pengantar Manajemen SDM*. Pena Kreativa.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=9eOHEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA76&dq=pengantar+manajemen+sdm&ots=GIHhMOsMN8&sig=2Y54ePWh3oUYbOGn6mk5Xfqa564&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantar+manajemen+sdm&f=false
- Sahrullah. (2023). Sistem Pembayaran Cash On Dilevery (COD) pada E-Commerce dari Maqashi Syariah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 972–980. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1048>
- Siregar, I. U., Zufrie, & Nasution, S. L. (2025). Pengaruh Penilaian Produk , Cash on Delivery dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di E- Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi Feb Universitas Labuhanbatu). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(2), 50–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.v4i2.4002>
- Sopi, & Aryanto, T. (2023). *Pengantar Manajemen Keuangan*. PT Nasya Expanding Managemen.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Edisi-2)*. Alfabeta.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. . (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran* (Y. : C. I. Agency (Ed.)).
- Tambunan, T. S. (2023). *Pengantar Manajemen*. Kencana Divisi Prenadamedia Group.
<https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=zXYCEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengantar+manajemen+fungsi+manajemen&ots=obgwhXY>

yrV&sig=yjmogAvI_z-Bwoo6cyD-
01iRKIM&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantar manajemen fungsi
manajemen&f=false

Titasari, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2021). Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20337/15116>

Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Yogyakarta: Andy.

Vania, A., Nuryakin, R. A., Fasandra, F., Azzatillah, A., Hidayat, D., Fikriah, N. L., Saununu, S. J., Solihat, A., Hermanto, H., & Nova, S. M. (2024). *Perilaku Konsumen*. CV Gita Lentera, Sumatra Barat.

Weei, L. Z., Chelvaayam, A., & Fern, Y. S. (2025). *Integrating Artificial Intelligence, Security for Environmental and Business Sustainability: Volume 1* (A. Hamdan (Ed.)). Springer Nature.

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. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*.

Yang, V., & Widiyanto, G. (2023). Pengaruh Harga , Promo Gratis Ongkir , Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Marketplace Shopee. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).