

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing
- Akhmad, R. (2021). *Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Utama Sejuk Abadi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala. <https://media.neliti.com/media/publications/497621-pengaruh-harga-dan-diskon-terhadap-keput-2017e27e.pdf>
- Sepoetro, N. & Nabilio, S. (2024). Peran Inovasi Produk dan Citra Merek Dalam Mendorong Pembelian Berulang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 307–310. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2057>
- Al Kahfi, A. dan Wahjuningati, E. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Mitra Gojek Atau Kurir Pada Pengiriman Paket Secara Cash On Delivery Atau Bayar Ditempat*. Dekrit (Jurnal Magister Ilmu Hukum), 12(1), 1-12. <https://ejournal.fh.ubhara.ac.id/index.php/dekrit/article/view/112>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aminsyah, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Jasa Kapal Roro Rute Tanjungban-Batam* (Doctoral dissertation, STIE Pembangunan Tanjungpinang). <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/917/>
- Appuliani, A dan Handayani, L. (2024). *Analisis Pengaruh Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Dan Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *Management Studies and*, 5(2), 6754-6764. <https://url-shortener.me/3VEM>
- Arif, M. dan Yani, S. (2023). *Keputusan Pembelian Online* (Jufrizen (ed.)). UMSU PRESS.
- Cahyani, L., dkk (2024). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Fkip Universitas Jambi* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI). <https://repository.unja.ac.id/61632/>
- Darna, N. dkk., (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Darna, N. dkk., (2025). *Higher education as an economic imperative in Indonesia's national talent management*. *Economic Annals-XXI*, 216(7-8), 81–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.21003/ea.V216-12>
- Hapsari, I. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal E-Commerce dan Inovasi Digital*, 4(1), 55–64. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017>
- Hasibuan, M. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hastriana, A. dan Wildani, A. (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.
<https://journal.ua.ac.id/index.php/alkasb/article/download/178/64>
- Hendrayady, A. dkk., (2023). *Prinsip-prinsip Manajemen: Konsep dan Penerapan*. Medan: Yayasan Literasi Sains Indonesia
- Herliyani, C. (2017). *Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi I Universitas Sanata Darma Yogyakarta. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Darma Yogyakarta*. Diterbitkan.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/10711>
- Indartono, S. (2016). *Pengantar Manajemen: Character Inside*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, R. dkk., (2023). *Pengaruh Sistem Cash On Delivery Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Tiktokshop Shop*. Cam Journal: Change Agent For Management Journal, 7(2), 37-47.
<https://jurnal-umberau.com/index.php/camjournal/article/view/816>
- Istiqomah, M., dan Marlana, N. (2020). *Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion*. Jurnal Manajemen, 12(2), 288–298.
<https://url-shortener.me/3VE9>
- Karmila, N., dan Nuryani, Y. (2025). *Pengaruh Layanan Bayar Di Tempat Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Garut*. Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(2), 794-808.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/businesspreneur/article/view/33582>
- Kohar, A. dkk., (2024). *Pengaruh Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UIN SMH Banten Di Platform Shopee*. Santri, 2(4), 106–115.
<https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.735>
- Kotler, P. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P dan Keller. K (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). London: Pearson Education. (Atau terjemahan Indonesia, misal: Jakarta: Erlangga.)
- Kumar, S., dan Suresh, N. (2018). *Operations Management*. New Delhi: New Age International Publishers.
- Limakrisna, dkk (2016), *Manajemen Pemasaran, Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Deeppublish.
- Lim, W., dkk, (2022). *Past, present, and future of customer engagement*. Journal of Business Research, 140, 439–458. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.014>
- Magamadova, T. dan Elmurzaeva, K. (2025). *Information technologies as a basis for effective innovative development*. Ëkonomika i Upravlenie: Problemy, Rešeniâ, 4/9(157), 170–176. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2025.04.09.020>
- Malau, H., (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Marpaung, I. dan Lubis, F. (2022). *Pengaruh iklan, sistem cod, dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada tiktokshop* (studi kasus pada mahasiswa uin sumatera utara). JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 9(3), 1477-1491.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/44292>
- Mayangsari, M., dan Aminah, S. (2022). *Pengaruh penilaian produk, promosi dan layanan COD (Bayar di tempat) Terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Sidoarjo*. Ekonomis: Journal of economics and business, 6(2), 498-505.
<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=4505861015275967621&btnI=1&hl=en>
- Mayangsari, S., dan Safina, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan*. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 215-224
<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=4505861015275967621&btnI=1&hl=en>
- Mehta, P., & Raza, M. (2024). *Computer technology*. 81–89.
<https://doi.org/10.58532/nbennurthch10>
- Mubarok, R. (2019). *Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam*. Al-Rabwah, 13(01), 27-44.
<https://jurnal.staiskutim.ac.id/index.php/al-rabwah/article/view/11>
- Mulyadi, W. . (2020). *Pengantar Manajemen*. Banyumas: Pena Persada.
- Mulyati, Y. (2018). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap citra destinasi serta dampaknya pada minat dan keputusan berkunjung wisatawan domestik pada destinasi wisata Kota Bukittinggi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, 20(1), 168.
<https://www.neliti.com/id/publications/87189/pengaruh-electronic-word-of-mouth-terhadap-citra-destinasi-serta-dampaknya-pada>
- Mursyidah, D. dkk.. (2025). *Perilaku konsumen*. Banjarnegara: PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Nainggolan, H. dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi Industri 4.0 menuju era Society)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Napitupulu. dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli Vol. 2*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco
- Nasution, A dkk. (2019, October). *Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan*. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594>
- Nurzanah, S., & Riofita, H. (2025). *Manfaat E-Commerce terhadap Dunia Bisnis*. As-Syirkah, 3(2), 829–838. <https://doi.org/10.56672/jzqrwj80>
- Priadana, M. dan Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal books.

- Priyatno, D. (2018). *SPSS panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Qadarsi, J., dan Utami, W. (2021). *Pengaruh Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Tingkat Pembelian Di Online Market Place Shopee Kota Tangerang*. *Ekonomi Bisnis*, 27(2), 816-824. <https://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JEB/article/download/2689/1577>
- Qian, J. (2024). Exploring Sustainable Fashion: Market Dynamics, Future Trends, And Strategic Imperatives. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 35, 366–372. <https://doi.org/10.54097/54kgx750>
- Rahayu, D. (2022). *Perilaku konsumen dalam penggunaan voucher shopee*. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 53-60. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/issue/view/214>
- Rahmadani, D. dkk. (2024). *Pengaruh price discount, online customer review, dan voucher gratis ongkos kirim terhadap impulse buying pengguna Shopee Live (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 482-491. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23935>
- Ramadhan, A. dan Hilwa, W. (2024). *Pengaruh live streaming dan voucher gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen TikTok Shop di Kota Depok)*. *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2). <https://journal.sebi.ac.id/index.php/great/article/view/683>
- Ramdani, A. Darna, N., & Lisara, A. (2023). *Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale (Suatu Studi pada konsumen Toserba Gunasalma Kawali)*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Uo3MUw0AAAAJ&cstart=100&pagesize=100&citation_for_view=Uo3MUw0AAAAJ:-nhnvRiOwuoc
- Razali, G. dkk. (2022). *Pengaruh promosi diskon dan gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491. <https://www.journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal/article/view/132>
- Rohman. (2017). *Dasar Dasar Manajemen*. Malang: Inteligensia Media.
- Samsudin, A. dkk. (2023). *Pengaruh Tren Fashion dan Brand Image terhadap Hijab Remaja*. 3(2), 432–437. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i2.2683>
- Santoso, A. (2023). *Rumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sampel? Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 24-43. <https://doi.org/10.24071/suksma.v4i2.6434>
- Sari, A. dkk. (2025). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Non Tunai*. *Jurnal Riset Ekonomi*, 4 <https://bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/9950>
- Sari, E. (2022). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace*

- Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan).*
<https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6230>
- Sarinah dan Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sharma, A., dkk. (2023). *An examination of adoption of cash on delivery payment method among e-shoppers in India: Role of perceived security, risk, privacy and trust*. International Journal of Electronic Business, 18(4), 373–391.
<https://doi.org/10.1504/IJEB.2023.134118>
- Simatupang, S. dkk. (2024). *Sistem Pembayaran Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*. Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(1).
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/10711>
- Sugiyono. (2015-2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhardi, M. dkk. (2023). *Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhur*. Jurnal Dehasen Mengabdi, 2(2), 101-106.
<https://pdfs.semanticscholar.org/97e1/7b947a30cc01e235e62900ae8b31347ae034.pdf>
- Sujarweni, V. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sun, G., dkk. (2022). *Value of membership-based free shipping in online retailing: Impact of upstream pricing model*. Production and Operations Management, 31(11), 4131–4153. <https://doi.org/10.1111/poms.13810>
- Terry, G. (2019). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Vernandi, P. (2023). *Pengaruh cash on delivery, promo gratis ongkir dan customer review terhadap keputusan pembelian secara online pada situs marketplace shopee di wilayah kota tangerang (Skripsi. KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma)*.
<https://repositori.buddhidharma.ac.id/1880/>
- Wibowo, R. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- Wiryawan, I. (2021). *Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)*. Jurnal Analisis Hukum, 4(2), 187-202.
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3126>
- Yelta, R. dan Yamini, E. (2023). *Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN), 1(3), 929-944.
<https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM/article/view/6153>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (Robby Andika Kusumajaya (ed.). Surakarta: Yayasan Prima Agus Teknik.