

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Firmansyah. 2017. Kajian Kendala Penerapan e-commerce di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi 8 (02) 127-136.*
- 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.*
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo
- Anshori, Muslich, and Sri Iswati, 2019. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Aprilian Susanti, dkk (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS 2 (2), 154-167.*
- Aprillia Darmansah, Sri Yanthy Yosepha (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen 1 (1), 15-30.*
- Aulia, Tika (2021) “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada UMKM Royal Food Medan).
- Belly, Made. 2015. Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia. *Kertha Semaya 3 (01).*
- Buchari, Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Choirul Adhim (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai 4 (1), 239-247.*
- Desi Permata Sari, 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2 (4), 524-533.*
- Didik Susetyo, Zulkifli Djamin, Alamsyah (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Boutiq Yarni Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 10.01.2021*
- Dini Hardianti, 2019. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Institut Agama Islam Negeri Palopo.*
- Duwi Pratiwi, Ati Hermawati, Dewi Kurniawati, 2023. Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada TiktokShop. *JIMP 3 (1), 1-11.*

- E. Suwarni, K. Sedyastuti, and A. H. Mirza, "Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital," *Ikra-Ith Ekonomika*, vol. 2, no.2, pp.29 – 34, 2019.
- Ely Laily, Nur Syam, (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat : Perspektif Teori Perubahan Sosial. Ganaya : *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 4(2), 672-685.
- Elya Mufidatul Hidayah, Langgeng Sri Handayani (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Skin Care) Secara Daring Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Bekasi. *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik* 4, 10-19.
- Geofakta, Razali, dkk, 2022. Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2 (3) 482-491.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ginta Ryan Saputra, 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Eceran Ditoko Tani Makmur Pagar Alam Sumatera Selatan. *Nasional Manajemen Pemasaran, Volume 1., No. 2., h.33*.
- Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah (2013). Jakarta : Raja Grafindo Persada, h. 67.
- Hendry Hartono, Karyana Hutomo, Marshelia Mayangsari, 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan. *Binus Business Review* 3 (2), 882-897.
- Himayati, 2018. *Definisi Free Ongkir Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*. Yogyakarta.
- Intan Febriah, Mohamad Trio Febriyantoro, 2023. Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica* 7 (2), 218-225.
- Kartika Yuliantari, Nurvi Oktiani. 2019. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, h.1
- Kotler dan Keller (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-6 Terjemahan Diana Kurnia, Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Kotler, P., Kevin, L.K. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Edisi Keduabelas. Jakarta: indeks.

- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Edisi Kelima belas. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- 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)
- Novita Sari, Vela, 2019. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *STIE*
- Peter J. Paul, Jerry Olson, 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.
- Prasetyo Budi. 2016. Perkembangan Perdagangan Elektronik (e-commerce) di Indonesia. *Artikel Gerbang Penelitian*.
- Reza A.T, Luluk Kholisoh, dkk (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusa Megarkencana). *SeNTIK Volume 7 Nomor 1,1 29 Juli 2023, ISSN : 2581-2327*.
- Rina Rachmawati, 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (marketing mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran)*.
- Roqi Alawi, Akhmad (2021) Pengaruh Relational Embeddedness Terhadap Niat Beli Di Shopee, Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Masters thesis, Master Program in Communication Science*.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Septian Wahyudi, 2017. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Valuta, Vol 3., No 2*.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Taofik, A. (2021). *6 Langkah Daftar Tiktok Shop, Bisa Berjualan di Tiktok dan Menghasilkan Banyak Uang*.