

DAFTAR PUSTAKA

- 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023 dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> diakses pada 23 September 2023
- Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016)
- Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta : CV Andi, 2013)
- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009)
- Ahmad Farki, dkk., “Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Market Place di Indonesia”, *Jurnal Teknik ITS* Vol. 5, No. 2 (2016)
- Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Jakarta: Refika Aditama, 2004)
- Alhabsyi, J., Prabowaty, R., Samman, F. A., & Ilham, A. A.. “Perancangan ECommerce dengan Dukungan Layanan Cash On Delivery (COD)”. *Jurnal Tugas Akhir Informatika*, Universitas Hasanuddin. 2014.
- Althaf Revi Kanitra dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh Country of Origin dan Online Customer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)”, *Jurnal Admisnistrasi Bisnis* Vol. 61, No. 1 (2018)
- Alyasinta Viela Tusanputri dan Amron. “Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform *E-Commerce* Tiktok Shop”. *Forum Ekonomi*, 23 (4), (Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2021)
- Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Sleman: CV Budi Utama, 2018)

- Andi Triono Khutba dan Islamuddin. “Pengaruh Harga Dan *Layanan Cash On Delivery (COD)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Semidang Alas Kabupaten Seluma)”. *Sharia Economic Management Business Journal*. (2023)
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada
- Aulia Pohan. *Kerangka Kebijakan Moneter dan Implementasiya di Indonesia*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)
- Bassilus, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015)
- Basu Swasta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000)
- Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga Cet Ke 11, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta , 2007)
- Bernard J. Jansen dan Mimi Zhang, “*Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth*,” *Journal of The American Society for Information Science and Technology* 60, (2009)
- Brunn Peter., Jensen, Martin., dan Skovgaard, Jakob, “*e-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy*”, *European Management Journal* Vol.20 No.3 (2002)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV Alfabeta, 2018)
- Carin Sanjaya dan Diah Ayu Candraningrum. “Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee terhadap Minat Beli Konsumen di Toko *Non Star Seller*”. *Prologia*, Vol. 5, No. 2, (Universitas Tarumanagara, Oktober 2021)
- Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS: Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Sleman: Deepublish, 2020)
- Chevalier, J.A. and Mayzlin, D. (2006), “The effect of word of mouth on sales: *Online book reviews*”, *Journal of marketing research*, Vol. 43 No. 3
- Cornelius Trihendradi, *Statistik Inferensial Teori Dasar & Aplikasinya Menggunakan SPSS 12*, (Yogyakarta: Andi, 2004),
- Daftar Negara Paling Gemar Belanja Online, Ada Indonesia dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-paling-gemar-belanja-online-ada-indonesia>, diakses pada 23 September 2023

- Danang Sunyoto, *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012)
- Dara Melfaliza dan Ahmad Nizam. “PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *CUSTOMER REVIEW* DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Volume IV Nomor 2 (Universitas SyiahKuala, Banda Aceh, November 2022)
- Devi Astiarini, “Helpfulness of *Online Review*: a Role of Review Valence (Case Study of Amazon.com)”, *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen* Vol. 1, No. 1 (2017)
- Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2019)
- E-Commerce Terpopuler di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaranya? dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>, diakses pada 23 September 2023
- Elvira Ismagilova, *et. al*, *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of the Art Analysis and Future Directions)* (UK: Springer, 2017)
- Endi Zunaedy Pasaribu, *et. all.*, *Belajar Statistika Siapa Takut dengan SPSS*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Firmansyah, A. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. CV. Qiara Media. Surabaya
- Firmansyah, A. 2020. *Pengantar E-Marketing*. Qiara Media. Surabaya
- Fransiska Vania Sudjarmika, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com”, *Agora* Vol. 5, No. 1 (2017)
- Fred D. Davis. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly*. Vol. 133 (1989), hlm. 319
- Geofakta Razali, Dessy Andamisari, dan Jun Saputra. “Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* Vol 2, No. 3, (Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta, 2022).
- Goyette, Isabelle *et. al*, “*e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*,” *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 27: 5–23 (2010)

- Handayani, "Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Minat Pembelian Di Zalora Online Shopping," UG Jurnal Vol. 15, No. 4 (April 2021)
- Halaweh, M. 2018. *Cash On delivery (COD) As An Alternative Payment Method for e-commerce Transactions: Analysis and Implications. International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 10(4)
- Hana Yoflike Mokodompit, S. L. H. V. Joyce Lopian, dan Ferdy Roring. "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)". *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 3, (Universitas Sam Ratulangi, Juli 2022)
- Himayati. (2008). *Eksplorasi zahir accounting* (Whindy Yoevestian (ed.)). Jakarta : Elex Media Komputindo
- Hutomo Atman Maulana dan Yunelly Asra. "Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7, (Politeknik Negeri Bengkalis, 2019)
- Irma Marpaung dan Fauzi Lubis. "Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara)". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Unsrat)* Vol. 9 No. 3 (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, September- Desember 2022)
- Ilyana Asfarina Devi. "Pengaruh Kemudahan, Layanan Rating, Gratis Ongkos Kirim, Dan Layanan *Cash On Delivery (COD)* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Kabupaten Madiun)". *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)* 4, (Universitas PGRI Madiun, September 2022)
- John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Jonathan Sarwono dan Prihartono, *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012)
- J. J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005)

- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an)
- Khafidatul Ilmiah dan Indra Krishernawan. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto”. *Maker: Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 1, (STIE Al- Anwar, 2020)
- Kotler P., & G. Amstrong. *Dasar- Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Harlindo Offset, 1997)
- Kotler P., & G. Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*, (Jakarta: Prenhalindo, 2001)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.*
- Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau, D. (2016). *Marketing Management, 15e édition. New Jersey: Pearson Education.*
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer 's Perspective. , 1(1)*
- Lee, E.-J. & Shin, S.Y. (2014). *When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. Computers in Human Behavior, 31*
- Lidya Agustina dan Firman Kurniawan, “Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-Commerce”, *Jurnal Komunikasi Indonesia* Vol. 7, No. 1 (2018)
- Luqman Abdullah. “Pengaruh Harga, COD, Gratis Ongkos Pengiriman, Review Positif, Dan Status Verifikasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace”. *Journal Of Development Economic And Social Studies*, Vol. 1, No. 3, (Universitas Brawijaya, 2022)
- Lutfiana Syahida. “Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja”. *Gunahumas Jurnal Kehumasan*, Vol 4, No 1, (Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2021)
- Marco, Robert dan Ningrum, bernadheta Tyas Puspa, “Analpsps Sistem Informasi E-Marketplace pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan, *Jurnal Ilmiah DASI* Vol.18 No.2 (2018)
- Masyhuri Machfiudz, *Metode Penelitin Ekonomi*, (Malang: Genius Medi, 2014)

- Mayangsari dan Siti Aminah. "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). (UPN Veteran Jawa Timur, September 2022)
- Mercia Karina, dkk., *Gen Z Insights: Perspective on Education*, (Kota Surakarta: UNISRI Press, 2021)
- Mhd Fathur Rizqi Zuhada Hsb, dkk. "PENGARUH METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY PADA APLIKASI SHOPEE TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU)". *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, Vol. 3 No. 1 (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Januari - April 2023)
- Mira Istiqomah dan Novi Marlina. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap keputusan Pembelian Produk Fashion". *Jurnal Manajemen*, Vol. 12 (2), (Universitas Negeri Surabaya 2020)
- Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Mohammad Mulyadi. "PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA". *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol. 15 No. 1, (Universitas Padjadjaran, Januari-Juni 2011)
- Mowen J., & Minor M., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009)
- M. Yasir Yusuf, Farid Fathony Ashal, dan Mulkan Fadhli. (2019). *Tata Niaga Islami Berbasis Digital*. (Banda Aceh: Bappeda Aceh)
- Nana Triapnita Nainggolan, dkk., *Perilaku Konsumen di Era Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *manajemen pemasaran* (Bandung : Yrama Widya, 2011)
- Nugroho, S. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nurul Istikomah dan Budi Hartono. "Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Bisnis Kompetif*, Vol. 1, No. 2 (Universitas Tidar, 2022)

- Orfyanny S. Themba. “Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim Dan Kualitas Produk”. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5 No. 3 (STIEM Bongaya Makassar, 2021)
- Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023 dalam <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>, diakses pada 23 September 2023
- Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>, diakses pada 23 September 2023
- Philip Kotler. 1994. “*Manajemen Pemasaran*”. (Jakarta: Salemba Empat)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. (Jakarta: Indeks, 2008)
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 13, (United States of America: Person, 2010)
- Puspitasari, N.B., Nugroho, S., Amyhorsea, D.N., Susanty, A. 2017. *Consumer’s Buying Decision-Making Process in ECommerce*
- Rambat Lupyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba, 2008)
- Ratih Hurriyati, *Bauran dan Loyalitas konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Ricki dan Zuli, *Statistika Penelitian plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta: Innosin, 2017)
- Rintho Rante Rerung, *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Pradika Muthiya Shafa dan Jusuf Hariyanto. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020)
- Schiffman, L dan Kanuk, LL. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. Jakarta: Indeks
- Sermada Kelen Donatus. “PENDEKATAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMU SOSIAL: Titik Kesamaan dan Perbedaan”. *Studia Philosophica et Theologica*, Vol. 16 No. 2, (STFT Widya Sasana, Malang 2016)

- Setyaningsih Sri Utami, "Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis", *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol. 8, No. 1, 2010
- Shinta, Agustina. 2011. "*Manajemen Pemasaran*". (Malang: UB Press)
- Shoffi"ul Auli, dkk, "Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee". *e – Jurnal Riset Manajemen* (Universitas Islam Malang, 2021)
- Silviasari, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi ECommerce Melalui Sistem Cash On Delivery*, *Jurnal Media of Law and Sharia*, Vol. 1., No. 3, 2020
- Situs Resmi Bank Indonesia (www.bi.go.id). Bank Indonesia, Laporan Sistem Pembayaran dan Pengedaran Uang 2008
- Skovgaard, Jakob. "e-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy"
- Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020)
- Sofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2003). Vol. 1
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UH Press, 2005)
- Suryana, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gema Isnani, 2002)
- Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, (Jakarta: Kencana, 2008)

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. (3rd ed.). ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi)
- Tjiptono, F. (2019). "Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi", (Yogyakarta: Andi Offset)
- Totok Subroto, *Jurnal Ekonomi Modernisasi: Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*, Vol. 3, No. 3, 2007
- Umi Amalia Nasution, Elvina Harahap dan Mulya Rafika. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)". *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 3 No. 2, (Universitas Labuhanbatu June 2022)
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Victorianus Aries Siswanto, *Strategis dan Langkah-Langkah Penelitian, Ed. 1, Cet. 1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Wiratna dan Endriyanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Yugi Setyarko. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online". *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2 (Universitas Budi Luhur Jakarta, 2016)
- Yuhefizar, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008)
- Yusuf dan Lukman, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: IPB Press, 2019)
- Zakky Fahma Auliya, dkk., "Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia", *Jurnal Ebbank* Vol. 8, No.1 (2017)