

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA: Bandung.
- Adhitya, W. R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online mahasiswa di kota medan pada aplikasi shopee. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 142-161.
- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online”. Semarang: UNDIP.
- Aglis Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. 2020. Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen, Sleman: CV Budi Utama.
- 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.
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). "The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia". *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Sciences*, 264-274.
- Armiani, A. (2022). E-Commerce Berbasis Cash On Delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19, 6(1).
- Asterrina, Febrya: Hermiati, Tuti. 2011. “Pengaruh Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying”(Studi Pada: Konsumen Centro Department Store Di Margo City) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Indonesia.
- Baskara, I.B. (2018). Pengaruh Potongan, Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying).(Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2).
- Belch, G. E., & Belch, M.A. *Advertising and Promotion (Ninth)*. McGraw Hil, 2009.
- DIANNINGSIH, E. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA MARKETPLACE SHOPEE* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, J. U. (2023). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi). *Journal of Indonesian Economic Research*, 1(2), 92-104.

- 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 (IJSKD)*, 10(4), 1-12.
- Ismail, M., Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2022). Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Online Marketplace pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 49-59.
- Jubilee Enterprise. 2015. *24 Jam Punya Blog dan Toko Online Pakai Wordpress*. Pertama, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Cetakan ke-12. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, A., & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1-5.
- Lara, M.P, & Thabrani, G. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (eWOM)*, Harga, dan Layanan *Cash On Delivery (COD)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Aplikasi E-Commerce. *Marketing Management Studies*, 2 (3).
- 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, 356–366.
- E-Commerce: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 60-72.
- Maulinda, Eva (2023). Pengaruh Diskon dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin). *REPOSITORY Universitas Islam Kalimantan*.
- Mo, Z., Li, Y., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*.
- MULAKAWA, T. P. J. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG SECARA ONLINE DI MARKETPLACE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Tulungagung).

Ningsih, W. S., & Rahmawati, I. (2021). Analisis Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 779-784.

Pasha, T. Arief Pahlevi. 2022. *Business and Digital Economy*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Putri, F. I. H., & Wibowo, D. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA PENGGUNA SHOPEE DI KECAMATAN LAKARSANTRI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(2).

Rizaldo, M. Y. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE*.

Ruri, S., & Purnamawati, A. (2022). E-Commerce: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 60-72.

Septiani, A. N. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERIKLANAN, KUALITAS INFORMASI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS WEBSITE, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DALAM SITUS JUAL BELI SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi, Yogyakarta.

Warayuanty, Wike. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Belanja Online Di Indonesia.

Widodo Rizki, (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. Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.