

DAFTAR PUSTAKA

- Albiansyah, A., & Yunita, I. (2026). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Pengguna, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee di Wilayah Dan RT 07 dan RT 12 RW 01 Petukangan Utara, Jakarta Selatan. *Management Research and Business*, 4(1).
<https://doi.org/10.64237/mrb.v4i1.9>
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom. Id *Online News Portal. Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460-470.
<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166-181.
<https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Beny, I. K., & Dewi, M. L. (2021). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Locus Delicti*, 2(2), 60-72.
<https://doi.org/10.23887/jld.v2i2.462>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di rumah makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan dimasa pandemi Covid-19. *Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 223-247.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). Manajemen pemasaran: Perspektif digital marketing.
- DataIndonesia.id. (2024, 9 Agustus). *Data jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2020 hingga 2029*.
- Devi, A. (2025). Pengaruh Promosi, Gratis Ongkos Kirim dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Tokopedia Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia di Sukarame Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Fathurohman, F., & Safitri, L. S. (2022). Pemasaran dan perilaku konsumen.

- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta, Jawa Tengah: Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- GoodStats. (2026). *Shopee jadi platform belanja online yang paling sering diakses publik RI 2026*.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Hidayat, T., Likadja, J. A. C., & Derozari, P. E. (2023). *Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen dalam Perdagangan Elektronik*. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(5), 1087–1103.
<https://doi.org/10.59188/jcs.v2i5.323>
- Julitawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. (2020). Pengaruh personal selling dan promosi penjualan terhadap efektifitas penjualan ban sepeda motor pt. Mega anugrah mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Global Edition (16th ed.)).
- Kurniawan, A. (2017). Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan word of mouth communication terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo di Pontianak. *Jurnal Manajemen Update*, 6(3), 1–10.
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejmfe/article/view/43984> diakses pada 4 April 2026
- Lestari, A. N., Sulistiyani, A., Anggraeni, V., & Juniansyah, M. A. (2023, August). The influence of shopee's flash sale promotion and "free shipping" tagline on the buying interest of young people in Sukabumi City. In *Proceedings of the International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2022)* (pp. 117-124).
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-226-2_10
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (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.

Maulidah, F. Z., & Russanti, I. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3), 62-68.

Mubarok, M. U., Wulandary, D. A., Islami, R. D., Ramadhan, A. V., Fadiah, M. S., & Qomariyah, N. (2025). Pengaruh Flash Sales dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Feb Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(1), 175-187.

Muryati, M., Lubis, W. I., & Putri, P. M. (2024). Pengaruh Program Cashback dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee. *Citra Ekonomi*, 5(2), 17-24.

<https://ejournal.ugkmb.ac.id/index.php/ce/article/view/135>

Musnaini, M., Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). Manajemen pemasaran.

Nalibratawati, R., & Maulana, H. (2023). Hybrid Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pascapandemi Covid-19 Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 228-239.

Nisak, H., & Indarayani, L. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap penggunaan digital payment di Singaraja. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 37. P-ISSN: 2685-5526.

Noviningsih, K. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome Di Gianyar. *Values*, 3(2), 598-609.

Pratama, R., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkir Kirim, Iklan, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Di Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1100-1109.

Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.

<https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>

Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh *online* customer review dan e-service quality terhadap minat beli pada marketplace Lazada di media sosial Facebook. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739-1761.

- Rakib, M., Baharuddin, S. M., Hastutik, S., Djampangau, H. R. D., Augustinah, F., Saragih, R., ... & Rofiq, M. A. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis*. Media Sains Indonesia.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh promosi diskon dan gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491.
<https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Rofiudin, M., Hidayati, A., & Syafriel, M. (2025). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Di Malang: Stie Indocakti Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(3).
<https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i3.137>
- Sanbella, L., Van Versie, I., & Audiah, S. (2024). Online marketing strategy optimization to increase sales and e-commerce development: An integrated approach in the digital age. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(1), 54-66.
- Sanjaya, L. (2021). Manajemen Pemasaran Dan Bisnis Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Gowa: CV Berkah Utami.
- Setiani, R. (2023). Pengaruh beban kerja, lingkungan kerja, dan dukungan sosial terhadap stres kerja karyawan di Puskesmas Kasihan 1 Bantul. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 270–
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i1.685>
- Shaleh, I. A., Prayogi, J., Pirdaus, P., Syawal, R., & Saifudin, A. (2021). Pengujian Black Box pada Sistem Informasi Penjualan Buku Berbasis Web dengan Teknik Equivalent Partitions. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi ISSN*, 2654, 3788.
- Setiari, D. A. S., & Ekawati, N. W. (2022). Peran iklan Dan brand awareness terhadap niat Beli pengguna tokopedia pada pasca COVID-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1550.
- Solomon, M. R. (2020). Consumer behavior: Buying, having, and being. *Pearson*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumahir, G. N., Wahyudi, H., & Nirmala, T. (2022). Pengaruh investasi research and development (R&D), karyawan perusahaan e-commerce, dan volume transaksi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia 2010Q1–2020Q4. *E-*

journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship (EFEBE), 1(1), 22-32.

<https://doi.org/10.23960/efebe.v1i1.12>

Sukarnoto, T., Tarjono, T., & Fauziyyah, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Abon Ikan. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 195-206.

Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi pengembangan desa digital untuk meningkatkan produktivitas umkm. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199-216.

Susanti, Y., & Rohmah, A. K. (2025). Pengaruh Diskon Dan Free Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce (Studi Kasus Shopee). *JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business)*, 2(2), 42-52.

Trihastuti, A. E. (2021). Manajemen Pemasaran Plus++. *Deepublish*.

Syahidah, N. U. N., Paramita, B., & Ilham, E. (2025). Pengaruh Cashback, Flash Sale, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Pada Event Twin Date Shopee di Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH. *Jurnal Bahtera Inovasi Vol*, 9(1).

<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/view/7402>

Wahyu Karyadi, S., Wibowo, M.W., & Imaningsih, E.S. (2023). The Influence of Free Shipping and Gamification Promos on Purchase Decisions With Purchase Interest as Intervening Variables. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*.

<https://doi.org/10.56293/IJMSSSR.2022.4672>

Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). *Peran citra merek memediasi pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan pembelian produk onlineshop Zalora di Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Walga, R. P., & Siregar, O. M. (2023). The effect of cashback and free shipping, customer satisfaction, and product diversity on consumer buying interest in marketplace: Study on University of Sumatra Utara Students Using Tokopedia, Shopee, and Bukalapak. In *Proceedings of the 4th International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2022)* (pp. 63-68).

<https://doi.org/10.5220/0011510600003460>

Wardhana, A. (2024). Perilaku konsumen di era digital. *Purbalingga: Eureka Media Aksara*.

- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107-112.
<https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>
- Widhianingrum, G., & Octavia, A. N. (2024). Pengaruh *celebrity endorsment*, *online review customer* dan promo gratis ongkir terhadap minat beli produk Shopee. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 3(1), 135-144.
<https://doi.org/10.34152/emba.v3i1.1002>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, R., Khairunnisa, K., Lestari, S. M. P., Devrianya, A., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Dalfian, D., Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, A., Widya, N., & Rogayah, R. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian (1). CV Science Techno Direct
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). Manajemen pemasaran di era globalisasi. *Penerbit CV. Pena Persada*.
- Walga, R. P., & Siregar, O. M. (2023). The effect of cashback and free shipping, customer satisfaction, and product diversity on consumer buying interest in marketplace: Study on University of Sumatra Utara Students Using Tokopedia, Shopee, and Bukalapak. In *Proceedings of the 4th International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2022)* (pp. 63-68).
<https://doi.org/10.5220/0011510600003460>