

DAFTAR PUSTAKA

- Abdan Sifa, Isti Masruroh, Muhamad Abdan Zulfa, Sirfi Nur Fitriani, & Naerul Edwin Kiky Aprianto. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>
- Agus Wahyu Ningsih, N., Yuniarti, Y., Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, P., Kunci, K., Ongkir, G., & Keputusan Pembelian, dan. (2024). Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(3), 2338–123.
- Alvin Yusro Al-Hijri, Abizar Abizar, Ruslaini Ruslaini, & Ulil Albab. (2025). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce pada Mahasiswa PTMA di Jabodetabek. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(4), 811–829. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i4.8295>
- Andini, M. P., Ariza, A. F., & Wulandari, D. S. (2023). *Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa*. 5(2), 114–130.
- Br.Nainggolan, G. T., & Nuralam, I. P. (2026). How Social Media Marketing Impact on Consumer Response? The Role of Brand Equity in Indonesia’s SVOD Services. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 10, 81–96.
- Dinanti, W. D., & Bharata, W. (2023). *Eksplorasi Minat Pembelian Konsumen Live Streaming Tiktok Shop Berdasarkan Framework Stimulus Organism Response (SOR)*. 12, 254–264.
- Fagasa, Widyawati, N., Wijonarko, G., & Mudayat. (2026). Pengaruh Kualitas Konten Pemasaran dan Kemudahan Penggunaan Platform Terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen pada Pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 03.
- Faradilla, D., & Suharini. (2025). Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Depok. *Ekonomipedia : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 407–422.
- Fauzi, T. D., Budhijana, B., Simatupang, B. M., & Haryanti, E. (2025). *Pengaruh Potongan Harga, Promo Gratis Ongkos Kirim, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Live*. 5(1), 1434–1445.
- Fitri, C. A., Fitri, S., & Fahrizal, M. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli di Shopee : (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Pasar Maga). *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(5), 197–210. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA/article/view/482>

- Ganesha, G., Setiawan, B., & Rosmawaty, R. (2025). Pengaruh Live Streaming, Diskon Tanggal Kembar, Gratis Ongkir, Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 251–262. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.7039>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, J., Siergar, M., Mardhika, W., & Putra, A. F. (2025). Gratis Ongkir, Review Pelanggan, dan Cashback sebagai Faktor Penentu Keputusan Pembelian di Marketplace. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(4), 299–310. <https://doi.org/10.59696/investasi.v3i4.212>
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 1.
- Jain, V., Malvita, B., & Arya, S. (2021). An Overview of electronic Commerce (e-Commerce). *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27.
- Kalangi, M. H. E., & Visizia, C. A. (2024). *Harga, E-Wom, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific; Customer-Based Brand Equity (CBBE) Sebagai Pemediasi*. STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI.
- Kartika, A., & Jaya, R. C. (2025). Pengaruh Price Discount, Free Shipping Dan Online Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Live Streaming Tiktok Shop. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.47747/jismab.v6i1.2652>
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap minat beli secara online saat pandemi COVID-19 pada masyarakat millenia di Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(01), 1–13.
- Latifah, & Nurmalasari. (2023). Pengaruh diskon harga, gratis ongkos kirim dan promosi terhadap minat beli mahasiswa pada aplikasi TikTok Shop. *JES (Jurnal Ekonomi STIEP)*, 8(2), 120–127.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-commerce 2023-2024: Business, Technology, Society (18th Global Edition)*. Pearson.
- Maftiyanto, R. T. N., Purnomo, S., & Nastini, F. E. (2024). *PERPEKSTIF CUSTONERDALAM E-COMMERCE: STUDI KUALITATIF TENTANG PENGARUH DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI*. 08(02), 1–9.
- Pamungkas, F. P., & Anggarini, D. R. (2025). Pengaruh Diskon Dan Free Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce (Studi Kasus Shopee) Di Bandar Lampung. *Jurnal JEDBUS (Journal of Econimic and Digital Business)*, 2(2), 42–52.

- Rahayu, B., Basuki, T., Septyaningtyas, D. R., & Mohamad, H. (2025). Pengaruh Motivasi Hedonis, Diskon Harga Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(2), 954–960.
- 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>
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7.
- Sari Handayani, R., Gizka Alysah Diva, Eko Nur Hermansyah, & Ari Siswati. (2025). Transformasi Digital E-Commerce di Era Post-Pandemic: Analisis Tren dan Dampak pada Perilaku Konsumen Indonesia. *Jurnal Informatika Dan Kesehatan*, 2(2), 108–117. <https://doi.org/10.35473/ikn.v2i2.3704>
- Sari, N. K., Gimbo, C., Nurdin, N., & Haritza, D. (2023). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fitur Tiktok Shop Di Kota Makassar*. 5(2). <https://doi.org/10.47354/mjo.v5i1>
- Setyagustina, K., RAHMANIA, R., JONI, M., KHOLIK, A., & SUHITASARI, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tasfir, T. M. N., Montolalu, S. J., Rendy, R., Michael, A., & Muchtar, M. (2025). PENGARUH DISKON TANGGAL KEMBAR DAN GRATIS ONGKIR SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA STIE CIPUTRA MAKASSAR. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 314–325.
- Wilda Julianti, Andang Fazri, & Husni Hasbullah. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–150. <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>