

DAFTAR PUSTAKA

- Buchori, A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen pemasaran: Ringkasan praktis, teori, aplikasi dan tanya jawab*. CV. Linda Karya.
- Adhitya, R. (2019). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12 (2), 70-85.
- Agatha, M. (2018). Analisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik Barong Gung Tulungagung. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 3(2), 27–35.
- Akbar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Lampung. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 14(2), 115–129.
- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6).
- Andriansyah, & Hajati, D. I. (2025). Analisis pengaruh price, discount dan free shipping terhadap purchase decision kaum Gen Z Kotabaru pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 14(2), 109–118.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen pemasaran: Dasar pengambilan keputusan pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali.
- Astutik, S., dkk. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15 (2), 110-125.
- Cahyadi, L. (2020). PENGARUH PROMO FLASH SALE DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa STIE Bina Karya Tebing Tinggi). *Konferensi Internasional Ilmu Kesehatan, Ekonomi Hijau, Tinjauan Pendidikan dan Teknologi*, 2, 197–210.
- Diana Santy, Nengah Wahyu (2021) *CITRA PERUSAHAAN GARUDA INDONESIA: PERSEPSI PARA LOYALIS GARUDA INDONESIA*. Skripsi thesis, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kerdigantaraan Yogyakarta.

- DolarApp. (2025). *Why is Shopee so cheap?*. DolarApp Blog.
- eDOT. (2025). *5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia pada awal 2024, siapa juaranya?* eDOT.id. Diakses pada November 2025, dari
- Faisal, A. (2024). *Pengaruh diskon dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee dan Tokopedia di Perumahan Viila Mutiara Gading 3* [Skripsi]. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Frastica, JR, Yulasm, & Veri, J. (2024). Pengaruh harga, promosi dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervenning pada platform e-commerce TikTok Shop: Studi kasus pada masyarakat Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ekonomi Dirgantara*, 8(9), 89-105. ISSN: 27266250.
- Gea, S., & Dewi, A. F. (2024). Pengaruh Customer Review, Kualitas Produk dan Harga terhadap Online Trust Customer pada Tiktok Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama). *Jurnal Innovative*, Universitas Potensi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, W. (2021). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Daring. *Prosiding Konferensi Internasional Hubungan Masyarakat dan Ilmu Sosial 2021 (ICPRSS 2021)*.
- Hardianto, A. W. (2019). Analisis Stimulus-Organism-Response Model pada "Dove Campaign for Real Beauty" 2004-2017. *Jurnal Transaksi*, 11(1), 65-79.
- Harisi, MR, & Erian, MZ (2024). Pengaruh desain website, ongkos kirim gratis, kepercayaan, dan kekayaan informasi terhadap keputusan pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7 (5), 1260-1275.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kairupan, A. K., Rumokoy, L. J., & Gunawan, E. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, dan Fear of Missing Out, Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(4), 694–704.

- Karowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 1–8.
- Kemp, S. (2024, Oktober). *Digital 2024 October Global Statshot Report*. We Are Social.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson.
- Larasati, A. (2021). *Pengaruh Preceived Quality Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Stisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kabupaten Kebumen)*. Skripsi. Universitas Putra Bangsa Kebumen, Kebumen.
- Lestari, D. (2023). *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Sarwo Edi Pucanggading* (Skripsi Sarjana). Universitas Semarang, Semarang.
- Mada, Y. (2025). *Strategi Pricing Transparency dalam Persaingan E-commerce*. Kompasiana.com.
- Mariana, D. (2024). *Pengaruh iklan media sosial, citra merek dan informasi produk terhadap keputusan pembelian AC pada PT Jayaguna Tehnik Perkasa*. Skripsi S1, Universitas Putera Batam, Batam.
- Maulana, HA, & 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 (1), 42-50.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, Edisi Kelima (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Nilla, F. V. (2019). *Kegiatan pelayanan dan prosedur pengadministrasian ekspor impor PT Expedisea Sukses Abadi Semarang* [Laporan Kerja Praktek, Universitas Semarang]. Repositori USM.
- Noraini, J., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2025). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESETIAAN PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING KEPADA PELANGGAN MEREK AEROSTREET DI YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 14(2), 533–543.

- Penulis, T. B., & Saputra, B. Y. (2024). Pengaruh harga dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi Shopee. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 39–47.
- Pita Sari, W. E., Adi Kustiawan, I. P., Jaya, I., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh Diskon dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Cushion SKINTIFIC di Shopee. *Seminar Nasional Darmajaya*, 1(1), 128–140.
- Piyoh, D. D., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2024). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. *Edunomika*, 8(1), 1–6.
- Populix. (2020). *Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*.
- Preacher, K. J., & Leonardelli, G. J. (2001). *Calculation for the Sobel test: An interactive calculation tool for mediation tests*.
- Resti, A. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta.
- Rumsowek, R. P. M., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. (2025). Pengaruh gratis ongkos kirim dan flash sale terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, 6(2), 81–86.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran: Istilah, Tren, Strategi, dan Analisis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sumarwan, U. (2011). *Manajemen pemasaran: Dasar pengambilan keputusan*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169–178.
- Susanto, A. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko online Shopee (Studi kasus pada masyarakat di Kelurahan Trimurjo Lampung Tengah). *Diversifikasi: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1-15.

- Susilowati, H., & Agustiya, A. (2022). Peran online consumer review dan trust dalam keputusan pembelian online. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 75–82.
- Swastha, B. (2005). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Tajaudin, MH, & Mulazid, A. (2017). Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran terhadap keputusan pembelian. *Ekonomi Islam: Jurnal Ekonomi Islam*, 8 (1), 1-15.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Mengimbangi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Andi Mengimbangi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Visizia, C. (2024). *Harga, E-WOM, Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific ; Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan (CBBE) Sebagai Pemediasi*. Skripsi. STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya, Surabaya.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Analisis Faktor dan SEM: SmartPLS 3.2.8*. Percetakan STIM YKPN.
- Yang, V., & Widiyanto, G. (2023). Pengaruh harga, promo gratis ongkir, dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada situs Marketplace Shopee. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 3(2).