

DAFTAR PUSTAKA

- Afithoni, S., Sudirman, H. A., & Anindita, M. (2023). Pengaruh Promosi Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Samarinda. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4522–4529.
- 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. *E-Proceedings Of Applied Science*, 5(2).
- Amin, A. M., & Hendra, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. Co. Id. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 1(1), 78–89.
- ARSY, T. V. (2022). *PENGARUH HARGA, DISKON, PROMO GRATIS ONGKIR DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI MARKETPLACE (Studi Kasus Perbandingan Ketertarikan Pengguna terhadap Aplikasi Shopee dengan Aplikasi Tokopedia di Desa Getaspejaten .*
- Asih, P. B. (2022). *PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM, DISKON DAN IKLAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DKI JAKARTA. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.*
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *Ug Journal*, 16(4).
- Febriani, F., & Cuandra, F. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Equity Dan Streamers Credibility Terhadap Purchase Intention Konsumen Daring Di Kota Batam Melalui Live Streaming. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(5), 850–858.
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 290–303.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss Edisi Kesembilan*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan). *Journal Of Social Research*, 1(8), 851–863.
- Hermawan, I. (2019). *Hermawan, I. (2019). Universitas Esa Unggul. April, 1–11.*

- Hidayah, N., & Indah, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 116–123.
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jmksp (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43–54.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology For Humanity*. John Wiley & Sons. John Wiley & Sons.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2), 5(2).
- Lestari, S. R. I. (2021). (2021). *Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala).
- Nizarani, N., Kristiawan, M., & Sari, A. P. (2020). Manajemen Pendidikan Karakter Berbasis Pondok Pesantren. *Urnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 9(1), 37–44.
- Nurita, A. R., & Wijayanti, R. F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 165–168.
- Putri, A., & Suryani, D. (2023). Pengaruh Promo Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim di E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Beji Kota Depok. *Urnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 210–224.
- Rahmah, M. (2022). *PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM, POTONGAN HARGA DAN KECEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PASAR ONLINE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)*.
- Rahmanda, V. N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tempe Melalui Digital Marketing. *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, 1(1), 5–10.

- 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.
- Sarah, S., & Sobari, N. (2022). The Effect Of Live Streaming On Purchase Intention Of E-Commerce Customers. In *Proceeding Of The International Conference On Family Business And Entrepreneurship*, (Vol. 3, No. 1).
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.*
- Sarwandi. (2016). *Toko Online Modern Dengan Opencart*. Alex Media Komputindo.
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Survei Aplikasi Video Live Streaming Dan Chat Di Kalangan Pelajar. In *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1).
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jrmb (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 4(1).
- Song, C., & Liu, Y. (2021). The Effect Of Live-Streaming Shopping On The Consumer's Perceived Risk And Purchase Intention. In *China 23rd Biennial Conference Of The International Telecommunications Society (Its): "Digital Societies And Industrial Transforma*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Umkm Warung Salapan). *Atrabis: Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, 6(2), 163–171.
- Tanaya, F. S., Rompis, A. E., & Rafianti, L. (2022). Legal Studies Regarding Pornography On Live Streaming Through Social Media In The Era Of Digital Disruption. *Jurnal Legalitas*, 15(1), 15–39.
- Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3).
- Usman, A. T., Wasliman, I., Nurjaman, U., & Fatkhullah, F. K. (2022). Manajemen Strategis Peningkatan Mutu Dosen Di Perguruan Tinggi Swasta. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(01).
- VN Sari, M. N. (2019). *PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM, DISKON, DAN IKLAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI*

WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA.

- Wismantoro, Y., Subagyo, H., & Aryanto, V. D. W. (2019). Model For Website Service Quality And Technology Acceptance Factors: A Case Study Of Online Shoppers In Indonesia. *Uality-Access To Success*, 20(171).
- Yusnita, R., Nasution, A. I. L., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Online Marketing Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Pisang Pasir Memey. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 371–387.