

DAFTAR PUSTAKA

- Ainoru. (2018). *Cara Belanja di Shopee Gratis Ongkir*. Diambil kembali dari ainoru.com Diakses 25 Agustus 2019: <https://ainoru.com/cara-belanja-di-shopee-gratis-ongkir.html>
- Andini, I., & Wardoyo. (2017). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Keputusan Pembelian Online Diakses 18 Juli 2019, <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/5101>.
- Anggraini, D. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Almira Shop Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers*. Promosi Penjualan Diakses 25 Agustus 2019, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/7352>.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online*. Keputusan Pembelian Diakses 18 Juli 2019, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2333/2727>.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Keputusan Pembelian Secara Online Diakses 7 Januari 2019, <http://eprints.undip.ac.id/42236/1/HARDIAWAN.pdf>.
- Harti, Said, & Karyani. (2019). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Jakarta: Erlangga.
- Istiqomah, Mira dan Marlina, Novi. 2020. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. Jurnal Manajemen - Vol. 12 (2) 2020, 288-298 <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Jamaludin. (2015). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Diakses 18 Juli 2019, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/853>.

- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, H. A., & 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(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Nusaresearch. (2018). *Laporan Mengenai Festival Belanja Online 11.11 di tahun 2018*. Diambil kembali dari Nusaresearch.net Diakses 17 Juli 2019: https://nusaresearch.net/public/news/861-Laporan_Mengenai_Festival_Belanja_Online_11.11_di_tahun_2018.nsr
- Rahmidani, R. (2015). *Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*. E-Commerce Diakses 7 Januari 2020, http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggah/26.%20Rose%20Rahmidani%20%28hal%20344-352%29_0.pdf.
- Reza, F. (2016). *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.com*. Promosi Penjualan Diakses 21 Agustus 2019, <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6179>.
- Rohmah, M. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia*. Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Diakses 7 Januari 2019, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/21536/20837>.
- Roykhanah. (2018). *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya*. Keputusan Pembelian Diakses 7 Januari 2019, http://digilib.uinsby.ac.id/26328/1/Siti%20Roykhanah_B06214019.pdf.
- Schiffman, & Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2015). *Metodelogi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Seprianti, Eka Putri. (2014) "Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional Mix) Pada Matahari Department Store Bengkulu ". <https://media.neliti.com/media/publications/220095-persepsi-konsumen-terhadap-bauran-promos.pdf>
- Shopee. (2019). *Ketentuan Program Gratis Ongkos Kirim*. Diambil kembali dari [Shopee.co.id](https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-GGratis-Ongkir) Diakses 18 Juli 2019: <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-GGratis-Ongkir>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.

Winda. (2013). *Hal Penting Dalam Melakukan Gratis Ongkir*. Diambil kembali dari yeaindonesia.com Diakses 23 September 2019: <https://yeaindonesia.com/2013/12/30/4-hal-penting-dalam-menentukan-ongkir-ongkos-kirim/>

Yuliasuti, D. (2018). *3 Tipe Pembeli yang Bikin Geregetan Online Shop*. Diambil kembali dari digination.id Diakses 18 Juli 2019: <https://www.digation.id/read/01738/3-tipe-pembeli-yang-bikin-geregetan-online-shop-kamu-termasuk-yang-mana>

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang*. Keputusan Pembelian. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/21024>.

