

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2013). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahdiat, A. (2022, February 07). *Promosi Jualan Online yang Paling Banyak Diminati Konsumen di Skala Global (Januari 2022)*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/5-trik-promosi-jualan-online-yang-paling-diminati-konsumen>
- Ahdiat, A. (2023, Mei 3). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Alamsyah, N., & Saino. (2021). Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal FEB Unmul*.
- Alfarizi, R. A., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh promosi penjualan dan atmosfer toko terhadap pembelian impulsif dengan emosi positif sebagai variabel intervening pada konsumen superindo tlogomas malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- 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). *e-Proceeding of Applied Science : Vol. 5, No. 2*, 571.
- Amudha, A., Sumanthi, S., Cetina, I., Munthiu, M. C., & Wang, H. Y. (2016). Factors affecting consumer behavior. *Computers in Human Behavior*.
- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir, Dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. *Seminar Nasional "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi, Vol. 1 No. 01*.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 7 No. 1*, 25-33.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior. Edisi keenam*. New York: Thomson Learning.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Selatan: Rajawali Pers.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Auli, S., Basalamah, R. R., & Millannintyas. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111-121.
- Azizi, F., & Yateno. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon, dan Tagline "Gratis Ongkir" terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*.
- Blattberg, R., Briesch, R., & Fox, E. (1995). How promotions work. *Marketing Science*, , 14(3), 122-132.
- Br Tarigan, E. S., Silvani, A., Br Tarigan, J. S., & Hutagaol, J. (2022). Analysis of discount, free shipping and product diversity on product purchase decisions on the shopee marketplace. *Jurnal Ekonomi*.
- Buyukdag, N., Soysal, A. N., & Kitapci, O. (2020). The effect of specific discount pattern in terms of price promotions on perceived price attractiveness and purchase intention: An experimental research . *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Cummins, S., Peltier, J. W., John , S. A., & Nill, A. (2014). Consumer behavior in the online context. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review and Rating, E-Service Quality, dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. *Jurnal Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*.
- Dianti, & Karillia, O. (2017). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan untuk menjadi siswa/i LPP Ariyanti Bandung. *Skripsi Universitas Katolik Parahyangan* .
- Djan, I., & Adawiyyah, S. R. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and its Impac to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*.
- Djatnika, T. (2006). *Teori Keputusan Pembelian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Dwiyanti, E. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri. *Tesis Program Magister Manajemen Pascasarjana Undip*.

- Elwalda, A., & Lu, K. (2014). The influence of online customer reviews on purchase intention: the role of non-numerical factor. *European Marketing*.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Onle Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Fernandes, S., Panda, R., Venkatesh, V., & Swar, B. N. (2022). Measuring The Impact Of Online Reviews On Consumer Purchase Decisions - A Scale Development Study. *Journal of Retailing and Consumer Service*.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation an analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. *Journal of Travel Research*.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, J., Wang, X., & Wu, Y. (2020). Positive Emotion Bias: Role of Emotional Content From Online Customer Reviews in Purchase Decisions. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Haniscara, N. A., & Saino. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*.
- Hasrul, A. F., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2, 1352-1365.
- Heegaard, S. (2021, November 4). *Free Shipping*. Retrieved from Recharge: <https://rechargepayments.com/glossary/free-shipping/>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Himayati. (2008). *Explorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen STIE Sultan Agung*.

- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, Vol. 12 No. 2, 288-298.
- Junaedi. (2022, 6 9). *ETPD Kabupaten Semarang Dinilai Berkembang Baik*. Retrieved from Portal Resmi Provinsi Jawa Tengah: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/etpd-kabupaten-semarang-dinilai-berkembang-baik/>
- Kamila, K. T., Suharyono, & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 72 No.1.
- Khoirunnisa, & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Kim, G., Wang, W., & Ha, H.-K. (2021). Pricing Strategy For Own Shipping Service Of E-Commerce Platform Using Two-Sided Market Theory. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Seventeenth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Kumar, N., & Benbasat, I. (2006). The influence of recommendations and consumer reviews on evaluations of websites. *Information Systems Research*.
- Kuntner, T., & Teichert, T. (2016). The scope of price promotion research: An informetric study. *Journal of Business Research*.
- Kusumaningrum, D. A., & Wachyuni, S. S. (2020). Promo Cashback Gopay Terhadap Minat Beli Bubble Drinik. *Journal of Tourism and Economic* Vol. 3, No. 1, 23-30.
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a usefull online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*.
- Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjual E-Commerce Pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, Vol. 2 No.1.

- Ma, S. (2017). Fast or Free Shipping Options in Online and Omni-Channel Retail? The Mediating Role Of Uncertainty on Satisfaction and Purchase Intentions. *International Journal of Logistics Management*.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Marista, Y. P., & Fathorrahman. (2022). Pengaruh Patronage Buying Motives Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Distribusi*.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 7 No. 2.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of online reviews on consumer purchase behavior. *Journal of Service Science and Management*.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Weels, W. (2011). *Advertising*. Jakarta: PT Kencana.
- Mu, L., Tang, X., Sugumaran, V., Xu, W., & Sun, X. (2021). Optimal Rebate Strategy For an Online Retailer With a Cashback Platform: Commission-Driven or Marketing-Based? *Electronic Commerce Research*.
- Mujiyana, I. E. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurnal Teknik Industri Undip*.
- Munte, N. R., Girsang, R., & Safitri, A. (2020). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and Development*.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- P, D., Giningroem, N. W., & Setyawati, S. (2022). Peran Harga Dan Penawaran Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food Dengan Menggunakan Pembayaran Digital Gopay. *Journal Of Management SME's*, Vol 15, No. 2, 175-186.
- Poushneh, A. (2021). How Close Do We Feel to Virtual Product to Make a Purchase Decision? Impact of Perceived Proximity to Virtual Product and Temporal Purchase Intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

- Pratama, E. Y., Sudarwati, & Istiqomah. (2019). Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review dan Kepercayaan. *Edunomika*.
- Punj, G. N. (2012). Do consumers who conduct online research also post online reviews? A model of the relationship between online research and review posting behavior. *Marketing Letters*.
- Purwaingsih, A. G., & Nurhadi. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Gender terhadap Perilaku Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wotler Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. III*.
- Ramadhana, R., & Ratumbusang, M. N. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace. *Seminar Nasional "Digital Learning Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Strategi Dan Inovasi Pembelajaran"*.
- Rapp, A., Pelatoh, K., & Agnihotri, R. (2010). Performance Implications of Customerlinking Capabilities: Examining The Complementary Role Of Customer Orientation And CRM Technology. *Journal Of Business Research, 61(11)*, 1229-1236.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- S, Z., & Cahya, N. (2019). Pengaruh Promo Penjualan Dan Cashback Terhadap Minat Beli Kendaraan Pada PT. Hadji Kalla Palopo. *Journal of Institution and Sharia Finance : Vol. 2 No. 2*.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sari, V. N. (2019). Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon, dan iklan shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan manajemen. *Skripsi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business: A SkillBuilding Approach 17th Edition*. Chichester: Wiley.

- Sfenrianto, & Sawlani, D. K. (2018). The use of quality, security and trust factors to improve the online purchase decision. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.
- Shehu, E., Papies, D., & Neslin, A. S. (2020). Free Shipping Promotions and Product Returns. *Journal of Marketing Research*.
- Siregar, R., Isa, M., & Nasution, A. M. (2022). Pengaruh Penggunaan Tagline Gratis Ongkir Dan Online Costumer Rating Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan). *Profetik Jurnal Ekonomi Syariah : Vol. 1*.
- Sofjan, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri, Vol. 4, No. 1*.
- Sriningsih, N. W., & Patrikha, F. D. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Moderasi Kepercayaan Di Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B. (2006). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (2nd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tseng, T. H., Chang, S. H., Wang, Y. M., Wang, Y. S., & Lin, S. J. (2021). An empirical investigation of the longitudinal effect of online consumer reviews on hotel accommodation performance. *Sustainability (Switzerland)*.
- Vieira, V. A., Agnihotri, R., de Almeida, M. I., & Lopes, E. L. (2022). How Cashback Strategies Yield Financial Benefits for Retailers: The Mediating Role of Consumers' Program Loyalty. *Journal of Business Research*.
- Virvilaite, R., Saladienė, V., & Žvinklytė, J. (2011). The Impact of External and Internal Stimuli on Impulsive. *Economics and Management*.

- Widi, S. (2022, July 8). *digital*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>
- Widiastuti, S., & Priansa, D. J. (2021). Analisis Promosi Penjualan Kupon Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Bandung Tahun 2021). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Wu, M. (2018). Customers' Perceptions of Service Quality, Using an Online Reservation System, and Online Reviews Affecting Intention to Use the System to Book a Hotel Room. *ProQuest Dissertations and Theses*.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age. *International Journal of Management Science and Business Administration*.
- Ye, K. T., Zhang, S. S., & Zhang, Y. X. (2014). Strategic deviance and the value relevance of financial information. *Accounting Research*.
- Young, J. (2022, July 14). *Promotional Pricing*. Retrieved from Study Smarter: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/pricing/promotional-pricing/>
- Zheng, Q. (2009). *Introduction to E-Commerce*. E-Book: Springer.