

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C., & Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: ANDI.
- Alhikam, A.H. (2020). "Selama Pandemi, Uang Saku Mahasiswa Paling Banyak Dipakai Beli Kuota". (Diakses 6 Juli 2021 dari: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5293268/selama-pandemi-uang-saku-mahasiswa-paling-banyak-dipakai-beli-kuota>).
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di YouTube terhadap Minat Beli Konsumen. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 5.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Bisnis Universitas Negeri Diponegoro*.
- Asra, H., Maulana, A., & Yunelly. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7.
- Azizah, Nora. (2018). "Ini Alasan Belanja di Shopee Bisa Terus *Free* Ongkir". (Diakses 28 Februari 2021 dari: <https://republika.co.id/berita/pdhykj349/ini-alasan-belanja-di-shopee-bisa-terus-free-ongkir>).
- Burhanuddin, N. (2018). Pengaruh Keragaman Produk dan Free Shipping terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Jual Beli Online Shopee di Kota Makassar. *Skripsi pada Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Vustomer Rataing terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Skripsi pada Universitas Sumatera Utara*.
- Doresa, S.E., Basuki, R.S. (2017). Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Mezora Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 3 No. 1, 165-170.
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6).
- Goldsmith, R. (2008). *Electronic Word-of-Mouth E-Commerce*. Florida: Idea Group Reference Global.

- Gruen, T. W. (2006). e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value and Loyalty. *Journal of Business Research*.
- Haryanto, A. T. (2020). "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia". (Diakses 26 Februari 2021 dari: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>).
- Himayati. (2008). *Eksplorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen universitas Negeri Surabaya*.
- Jayani, D. H. (2020). "Orang Indonesia Habiskan Hampir 8 Jam untuk Berinternet". (Diakses 27 Februari 2021 dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet#>).
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Lestari, M.. (2018). "Pembeli Online dari Anak SMA Meningkatkan 5 Kali Lipat". (Diakses 7 Juli 2021 dari: <https://inet.detik.com/business/d-3853086/pembeli-online-dari-anak-sma-meningkat-5-kali-lipat>).
- Li, C., Chu, M., & Xie, W. (2019). Is It Always Advantageous to Add on Item Recommendation Service With a Contingent Free Shipping Policy in Platform Retailing? *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Marendra, I. G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket (Alfamart atau Indomaret). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Gneerasi Z di Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*.
- Mayasari, Selvi. (2020). "Jumlah transaksi di Shopee lebih dari 2,8 juta transaksi per hari". (Diakses 27 Februari 2021 dari: <https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>)

- Mo, Zan, Li, Fei, Y., & Fan, & P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, Vol. 8: pp. 419 – 424.
- Mustomi *et al.* (2020). Analisis Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, Vol. 5: pp. 48 – 57.
- Octaviani, L. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paradigma Vol. 04*.
- Pradana, Y. S. (2020). "Menelisik Tren Pengguna Internet di Indonesia". (Diakses 27 Februari 2021 dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/08/26/2menelisik-tren-peningkatan-pengguna-internet-di-indonesia>).
- Putri, N. P. (2020). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee di Solo Raya. *Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webequal 4.0) terhadap Keputusan Pembelian pada Website E-Commerce Traveloka. *Seminar Nasional teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Sendari, A. A. (2019). "7 Manfaat Internet yang Bisa Mudahkan Segala Aktivitas, Gunakan Dengan Bijak". (Diakses 26 Februari 2021 dari: <https://hot.liputan6.com/read/4017476/7-manfaat-internet-yang-bisa-mudahkan-segala-aktivitas-gunakan-dengan-bijak>).
- Shimp, T. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion 8e*. South-Western: Cengage Learning.
- Sihombing, H. L. (2020). "Gratis Ongkos Kirim Belanja *Online*? Orang Luar Jawa *Can't Relate*". (Diakses 7 Juli 2021 dari: <https://mojok.co/terminal/gratis-ongkir-belanja-online-orang-luar-jawa-cant-relate/>).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunjoyo, & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wasiun, R., Nugraha, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Pelayanan Sistem Online, Tarif, dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Tiket Kereta Api Relasi Semarang – Jakarta (Studi Kasus Pada PT.Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang Tawang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Widowati, Hari. (2019). "Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia". (Diakses 27 Februari 2021 dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>).
- Zhu, F. (2010). Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer. *Journal of Marketing*, 133-148.