

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali.
- Assauri Sofjan. (2010). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In *Strategi Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler;Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (12th, 1st ed., Vol. 1, Issue 2). Jurnal Riset Manajemen.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantita Metode penelitian bisnis:tif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- 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-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571–579.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.

- , A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada *Marketplace* terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1), 20–29. <https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>
- Asdiansyuri, U., Fariantin, H. E., Octavia, Y. F., & Satiawati, E. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran *Paylater*, Cod Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Shopee. *Ganec Swara*, 18(3), 1752. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1049>
- Aziz, A. R. A. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia Dalam Perspektif Herbert Marcuse. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Azlin, N., Syahrudin, H., & Kuswanti, H. (2022). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–8. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53285>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dharmadji, T. P., & Sulistiyantoro, H. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menggunakan Sistem Pembayaran *Paylater* Melalui Aplikasi Jual Beli Online Shopee. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(3), 2512–2530. <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i3.340>
- Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Tridinanti, U. (2024). *ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG*.
- Fajrussalam, H., Hartiani, D., Anggraeni, D., Malida, I., Merliana, N., Ropiah, R. L., Indonesia, U. P., & Purwakarta, K. (2022). *Analisis pembayaran paylatter dalam aplikasi shopee menurut perspektif islam*. 6(2), 265–290.
- Faradiba, B. (2021). Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 21–28. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/1245>
- Farras, B. (2022). *Gojek Hingga Traveloka, Ini platfrom yang Sediakan Paylater*, <https://www.cnbcindonesia.com>.
- Febriantari, D. S., Mulyono, E. H., & Dakwah, M. M. (2023). Pengaruh Influencer Marketing , Applicatison Quality Dan *Online Customer Review* Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee Delia Salsa Febriantari¹ , Lalu Edy Herman Mulyono² , M . Mujahid Dakwah³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univ. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, *Online Customer Review* dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.

- Hardianti, D. (2019). Iain Palopo. *Core.Ac.Uk*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/198238758.pdf>
- Hasanah, U., Pudjoprastyono, H., Cordelia Izaak, W., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). The Influence Of *Online Customer Reviews* And Online Customer Ratings On Product Purchasing Decisions In The *Marketplace* (Study On Shopee Application Users In East Java). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6956–6963.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Kohar, A. W., Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., Banten, S. M. H., & Ibrahim, Z. (2024). *Pengaruh Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UIN SMH Banten Di Platform Shopee*. 2(4).
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5.
<https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424.
<https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Nathanael, M., & Hernawan, E. (2023). Pengaruh Pembayaran *Paylater* , Online Review Customer Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia. *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 1–9.
- Nunes, M. B., International Association for Development of the Information Society, & IADIS International Conference on WWW/Internet (2008.10.13-15 Freiburg, G. (2008). *Proceedings of the IADIS International Conference on WWW/Internet 2008 : Freiburg, Germany, October 13-15, 2008*. 77–84.
- Paramitha, D. (2019). Analisis Metode Pembayaran *Paylater* Dari Dimensi Kepercayaan, Keamanan, Perilaku Belanja Kompulsif Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(4), 1–17.
- Program, M., Pendidikan, S., Niaga, T., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2018). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN : 2337-6708 Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018 Pengaruh Viral Marketing , Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya Nur Laili Hidayati Abstrak Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPT. 06, 77–84*.
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 1, 255–263.

- Risukmasari, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(2), 101–108. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>
- Saptarini, B., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Rating dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 4, September*, 442–453.
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *In Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Stialanisa, D., & Tobing, R. (2023). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Dan Metode Pembayaran *Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *E-commerce* Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 245–257. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i2.2306>
- Syarifah, T. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNA T.A. 2021/2022). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 11521–11529.
- Tresnasih, M. (2022). Pengaruh *Online Costumer Review* Dan Layanan *Cash on Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* Shopee. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 403–408. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.107>
- Tsani Syafiq Nuruddin, S., & Himmati, R. (2023). Pengaruh Fitur *Paylater*, *Spinjam* dan *Affiliate* terhadap Minat Konsumen dalam Berbelanja pada Aplikasi Shopee : Studi Kasus Pengguna Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 173–191. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.160>
- Ummah, M. S. (2019). Pengaruh Rating Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada *Marketplace* Shopee. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBELAN_TANPA_KARTU_KREDIT_PADA_MERCHASIA
- Wilda Julianti, Andang Fazri, & Husni Hasbullah. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu)* Terhadap Minat Beli Pada *E-commerce* Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–150. <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (*Shopee paylater*) terhadap Keputusan Pembelian pada *Market Place* Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>

- Yuliawan, Eko; Siagian, H. W. L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49.
- Yuspira, P., Pane, S. G., Studi, P., Pembangunan, E., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., Medan, K., Utara, P. S., & Pane, S. G. (2024). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 2(1), 31–43.