

BIBLIOGRAPHY

- Ahmad Tohardi. (2019). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Andini, M. P., Ariza, A. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Universitas Sari Mulia. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(2), 114-130.
- Barantum. (2023, July 13). Marketing: Pengertian, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Istilahnya - <https://www.barantum.com/blog/marketing-adalah/>
- Fadjarajani et al (2020). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner, Sub Hipotesis Penelitian*. Ideas Publishing, Kota Gorontalo., Kota Gorontalo.
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Hapsari (2022). 4 Manfaat Ulasan Pelanggan bagi Pebisnis, Jadi Sarana Evaluasi. From: <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/12/02/135449/4-manfaat-ulasan-pelanggan-bagi-pebisnis-jadi-sarana-evaluasi>
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV. Jejak.
- Husda, N. E. (2023). Pengaruh Custmor Review, Customer Rating Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Janah, M., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 216-237.
- Kristiawan, A., Nursalin, K. K., Gunawan, I., & Yo, J. A. F. (2021). Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan Jd. Id). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2).

- Kumar. (2020). Statistics: Mean / Median /Mode/ Variance /Standard Deviation | by Anjani Kumar | Analytics Vidhya | Medium. <https://medium.com/analytics-vidhya/statistics>
- Kurnia. Firdilla (2022). Marketing: Pengertian, Fungsi, Manfaat, Jenis, Serta Tahapannya | DailySocial.id. <https://dailysocial.id/post/marketing-adalah>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). The Influence of Price and Online Consumer Review on the Decision to Purchase Mobile Cases at the Shopee Marketplace (study on Surabaya students)". *Journal of Commerce Education (JPTN)*, 8(2).
- Moedasir, Andiana (2022, April 22). Marketing adalah: Definisi, Fungsi, Strategi, dan Jenis. Marketing Adalah: Definisi, Fungsi, Strategi, Dan Jenis. <https://majoo.id/solusi/detail/marketing>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Ningsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). Pengaruh Sales Promotion Dan Online Customer Experiences Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Feb Unesa). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1689-1700.
- Nisa, T. A., Deswindi, L., & Maulidizen, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 38-52.
- Populix (2023). Customer Experience: Pengertian, Faktor, Contoh & Strategi. From: <https://info.populix.co/articles/free-ongkir-adalah/>
- Rahayu, I. T., Yulinda, A. T., Armelinda, R., & Putri, Q. W. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Online Shopping Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1857-1866.
- Ramadan, A. F., Rafiudin, R. H. M., Komalasari, R., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Fitur Gratis Ongkir Shopee Terhadap Minat Belanja Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2), 604-611.

- Rokima, F., Basalamah, M. R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Varian Chatime Di Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Sagala, N. C. R. I., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 266-275.
- Simangunsong, R. M., Sihombing, R. U., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee di Desa Baribaniaek, Kecamatan Muara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(2), 65-81.
- Sofiani, M., Sulhaini, S., & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience terhadap Loyalitas Konsumen menggunakan Shopee dengan Customer Trust sebagai Variabel Intervening. *JMM UNRAM-Master of Management Journal*, 11(2), 120-134.
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, W., Mardani, R. M., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Impulse Buying, Harga Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019-2020 di Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- 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.
- Yang, V., & Widiyanto, G. (2023). Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Marketplace Shopee. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 3(2).
- Yelta, R. K., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 929-944.
- Zahra, S. N., Astuti, Y., & Hidayatulloh, D. S. (2023). Pengaruh Digital Payment QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera TEL-U). *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 1117-1132.