

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Hasil Skripsi*, 1(01), 297–301.
- Arista, D. E., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Selera Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset*, 13(1), 37–45.
- ASBAR, M. (2022). *Pengaruh sosial media marketing pada aplikasi tik tok terhadap keputusan pembelian pada esana store skripsi*.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia*. 10(2).
- Dan, I., Terhadap, K., & Beli, M. (2022). *Pengaruh promosi, persepsi kemudahan, kualitas informasi dan kepercayaan terhadap minat beli pada*.
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos kirim Terhadap keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. 6.
- Ekonomi, F., Iain, I., & Untuk, P. (2021). *IAIN PALOPO Skripsi IAIN PALOPO Skripsi*.
- Ekonomi, J., & Borobudur, U. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung Oleh*. 22.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen (studi pada blackmaroon betta farm)*. 13–36.
- Gratis, P., Kirim, O., Harga, P., Kecepatan, D. A. N., Terhadap, P., Beli, M., Pada, K., Online, P., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Hasanuddin, U. (2022). *Mutmainna rahmah*.
- Harianti, E. S. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prettywell Kota Kediri. *Senmea*, 7, 1–25.
- , S. (2012). Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim Menurut Sari (2019) Indikator dari promo gratis ongkos kirim, yaitu: 1. Memberikan Perhatian Memberikan perhatian bagi konsumen untuk menciptakan kesadaran atau daya tarik terhadap brand atau produk 2. Memiliki Daya Ta. *Molucca*

- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1011>
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion *The effect of free shipping promotion and online customer rating on the purchase decision of fashion product*. 12(2), 288–298.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Keputusan, T., & Konsumen, P. (n.d.). *Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon, dan iklan shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi widya wiwaha yogyakarta*.
- Komunikasi, S. I. (2021). *Universitas satya negara indonesia fakultas ilmu sosial dan ilmu politik jakarta 2021*. 11.
- Lubis, R. H., Ramadhan, Z., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Promo Gratis Ongkir Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(3), 562. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v5i3.22267>
- M. Agustian. (2019). Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Analisis Aktifitas Belanja Online Shop Mahasiswa UIN SUSKA RIAU Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- M Wahyu Firmansyah. (2022). *Pengaruh tagline gratis ongkir dan iklan youtube dari shopee terhadap brand awareness*. 3(3), 5147–5156.
- Margahana, H. (2020). *Analisis pengaruh iklan online terhadap minat beli : studi kasus pengguna aplikasi e-commerce di oku timur Corresponding author : studi kasus pengguna aplikasi e-commerce di oku timur*.
- Marpaung, I. (2022). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat) pengaruh iklan , sistem cod , dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada tiktokshop (studi kasus pada mahasiswa uin sumatera utara) Irma Marpaung , Fauzi*. 9(3), 1477–1491.
- Meylinda, M. V. (2017). *Pandangan ekonomi islam terhadap minat beli melalui sistem online shop jurusan ekonomi islam*.

- Minat, M., Produk, B., & Melalui, S. (2020). *Jurnal bisnis terapan*. 37–46.
- Mulyawan, A. D., & Aulia, S. (2022). *Pengaruh Tagline Shopee “ Gratis Ongkir ” terhadap Minat Beli*. X, 693–699.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). *Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store)*. 6(1), 21–34.
- Nursyecha, N., Sapari, Y., Risnawati, R., Studi, P., Komunikasi, I., & Cirebon, U. M. (2021). *Pembentukan brand awareness platform aplikasi*. 9(1).
- Prisca. dkk. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1(1), 727–738. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/920>
- Pusvitasari, Y. R. (2022). *Analisis penggunaan fitur tiktok shop pada perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah iain salatiga skripsi*.
- S sari evita. (2019). *pengaruh promosi gratis ongkos kirim, online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee*.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Susanto, B. (2019). Analisa Perkembangan Tiktok Sebagai Aplikasi Sadar Sosial yang digemari Oleh Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 45–53.
- Tiara, R., Manalu, M., & Area, U. M. (2016). *Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan 2016*.
- ULFI ANSYAH ALFITROCH. (2022). *Pengaruh iklan, promo gratis ongkos kirim, dan diskon terhadap keputusan pembelian pada aplikasi belanja online (warga*.
- WAHYUDI. (2022). *Pengaruh flash sale, cashback dan gratis ongkos kirim terhadap perilaku konsumtif konsumen muslim*.
- Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Windarti, I. (2017). *Peranan guru Pai dalam meningkatkan kompetensi pembelajaran Pai di Sdn 2 Palembang Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan Tahun Ajaran 2015/2016*. November, 53–56. <http://repository.radenintan.ac.id/1709/>

Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). *Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi TikTok Shop*. 7(1), 47–61.

Zakariansyah, & Fachmy. (2021). Pengaruh iklan, diskon, dan kualitas pelayanan driver terhadap kepuasan pelanggan gofood (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Timur). *REPOSITORY STIE INDONESIA (STEI) Jakarta*, 12, 16.