

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Sanda, I., & Basalamah, S. (2021). The Role of Customer Ratings and Free Shipping Promos on Buying Interest In Tokopedia Application Services. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(1), 34–52. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i1.315>
- Achmad, A. (2018). Pengaruh Pengguna E-commerce terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi faktor Analisis. *Faktor Exacta*, 11(1). <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v11i1.2306>
- Aditya, E. D., Siregar, M. E. S., & Sari, D. A. P. (2023). Measuring Purchase Decision Tendencies of Jakarta Special Region E-Commerce Consumer. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 19–32. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.2>
- Akip, S. (2024). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PENGELOLAAN DATA TRANSAKSI PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH (UMKM). *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 10(2). <https://doi.org/10.30656/prosisko.v10i2.8037>
- APJII. (2025). *SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET*.
- Arum et al, 2023. (2023). Karakteristik Generasi Z. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Ayu, N. M. Y. D., & Jakaria. (2023). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2). <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17499>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>

- Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, *Cash on Delivery* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>
- Dewi, S. W. K., Utami, B. O., & Musafa. (2021). MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE PADA FITUR COD (*CASH ON DELIVERY*). *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.51977/jsm.v3i2.561>
- Dina, C., Ratu, M., & Oktaviannur², M. (2024). The Effect of Free Shipping Promotion Strategy (Ongkir), *Cash on Delivery* (COD) Payment Method, and Flash Sale on Purchasing Decisions for Shopee Users in Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 03(02), 2024.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *Journal of Management & Business*, 5(1).
- Farid, A., Siregar, D., & Royani, I. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* dan Layanan *Cash on Delivery* (COD) terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Marketplace Shopee pada Generasi Z di Prodi Manajemen FEB USU The Influence of *Online Customer Reviews* and *Cash on Delivery* (COD) Services. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Fitri, C. A., Fitri, S., Fahrizal, M., Jl, A., Andi, P., Nst, H., Stain, K., Lombang, P., Panyabungan, K., Natal, K. M., & Utara, S. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Pasar Maga) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal , Indonesia Maga terdapat beberapa masalah yaitu minat beli masyarakat kelurahan Pasar. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(5).
- Fitri, Syarifah, & Thomas, R. (2024). The effect of *Cash on Delivery* (COD) payments on purchasing decisions of the Wamena Community : A case study of Shopee. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2), 909–926.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gramedia. (2024). *Mengenal Uji Asumsi Klasik: Pengertian, Fungsi, dan Langkah-Langkahnya* – Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/uji-asumsi-klasik/>

Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.

Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *TECHNO-SOCIO EKONOMIKA*, 14(1). <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*. [https://dosen.upi-yai.ac.id/v5/dokumen/materi/040105/34_20230520183156_Multivariate Data Analysis, 8th edition \(1\).pdf](https://dosen.upi-yai.ac.id/v5/dokumen/materi/040105/34_20230520183156_Multivariate%20Data%20Analysis,%208th%20edition%20(1).pdf)

Halaweh, M. (2017). Intention to adopt the *Cash on Delivery* (COD) payment model for E-commerce transactions: An empirical study. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10244 LNCS, 628–637. https://doi.org/10.1007/978-3-319-59105-6_54

HAMDI, N., WARDANI, R., & ZULKARNAEN, Z. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran *Cash on Delivery* (Cod), Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Amm Mataram). *Ganec Swara*, 18(1), 413. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.776>

Haryanto, A. T. (2025). *APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh Pembayaran Cod (*Cash on Delivery*) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 35–42.

Irawan, R. P., Nurhidayati, S., & Maria, Y. (2023). Pengaruh Sistem *Cash on*

- Delivery* dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Marketplace Tiktok Shop. *Jurnal Change Agent For Management*, 7(2), 1–18. <https://doi.org/10.35915/cj.v7i2.817>
- Julianti, W., Fazri, A., & Hasbullah, H. (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). <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- Khutba, A. T., & Islamuddin, I. (2022). Pengaruh Harga Dan Layanan *Cash on Delivery* (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Semidang Alas Kabupaten Seluma). *SEMB-J: Sharia Economic Management Business Journal*, 3(2).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12). PT. Indeks.
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Mira Istiqomah, & Novi Marlana. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan *online* customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Naurah, N. (2023). *Tokopedia, Platform E-commerce yang Paling Dipercaya UMKM Indonesia - GoodStats*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/tokopedia-platform-e-commerce-yang-paling-dipercaya-umkm-indonesia-xFNde>
- OSHA. (2025). *Major Group 36: Electronic And Other Electrical Equipment And Components, Except Computer Equipment | Occupational Safety and Health*

- Administration*. U.S. Department of Labor. <https://www.osha.gov/data/sic-manual/major-group-36>
- Palullungan, F., Soegoto, A. S., & Rogi, M. H. R. (2023). PENGARUH CONTENT MARKETING, SISTEM *CASH ON DELIVERY* (COD) DAN *ONLINE* COSTUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52320>
- Patralia, A., Khairiyah, N. M., & Agustin, K. L. (2024). PENGARUH *CASH ON DELIVERY* (COD) DAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE PADA GENERASI Z BALIKPAPAN (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN BISNIS POLITEKNIK NEGERI BALIKPAPAN). *JMAP: Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba*, 1–8.
- Rahmawati, D. A. (2023). *PENGARUH FLASH SALE, GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN CASHBACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS ANAK KOS DI KOTA SEMARANG)*. Universitas Semarang.
- Ramadhan, K., Ramadhan, R. R., & Handilawati, W. E. (2023). PENGARUH GRATIS ONGKIR, DISCOUNT, DAN PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* (COD) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP (STUDI *SNEBA: Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi*, 1, 588–601.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley & Sons. www.wileypluslearningspace.com
- Septya Magisa, N. (2023). Consumer *Online* Purchase Decisions Through Return Guarantee And *Cash on Delivery* (COD) Services Among Generation Z Users of The Shopee Application In Sungai Jawi Pontianak. *Journal of Management Specialists*, 1(2), 61–70.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Suhardi, M. A., Febliansa, M. R., Anzori, & Damarsiwi, E. P. M. (2023). Pengenalan Metode Pembayaran *Cash on Delivery* (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja *Online* Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhur. *JURNAL DEHASSEN* *MENGABDI*, 2(2).
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jdm/article/view/4752/3598>
- Survei Populix: E-commerce Masih Jadi Pilihan untuk Belanja Produk Elektronik, Rumah Tangga, dan Kesehatan.* (2023). Populix.
<https://info.populix.co/articles/platform-e-commerce/>
- TMO Group. (2025). *11 Marketplaces in Indonesia for Businesses Selling Online.*
<https://www.tmogroup.asia/insights/top-online-marketplaces-indonesia/>
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>
- Yonatan, A. Z. (2025). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran E-Commerce Pilihan Indonesia - GoodStats.* Good Stats. <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-e-commerce-pilihan-indonesia-paaB9>

