

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. D. (2019) Pengaruh Promosi “Voucher Gratis Ongkir Marketplace” Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Deskriptif Kuantitatif Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online pada Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Garut).
- Ajara, R. (2017). *The Analysis of Buying Motives in Purchase Decision of Virtual Goods in Online Game*. Jurnal EMBA, 5(1), 87-95.
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(14).
- 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.
- Anggraini, R, A. & Arifin, M. (2021). Pengaruh Biaya Kirim dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Jelajah Indonesia Logistic di Surabaya. Jurnal Administrasi Bisnis dan Publik ANTARRA, 1(1), 52-60.
- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diakses pada tanggal 28 April 2022
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15).
- Cahyanti, M. M. & Anjaningrum, W. D. (2021). *Patronage Buying Motives of Milkindo's Tourists*, *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*. 9(1), 60-66.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing*. Abingdon: Routledge.

- Databoks.katadata.co.id (2021) Promo Gratis Ongkir Jadi Alasan Utama Pengguna Internet Belanja Online <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/promo-gratis-ongkir-jadi-alasan-utama-pengguna-internet-belanja-online> diakses pada 22 September 2022.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Emas*, 2(2).
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizhah, A. N. (2020). *“Pengaruh Tagline Gratis Ongkir di Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Belanja Online di Kalangan Mahasiswa” (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Harmony.co.id (2021). Cara Memaksimalkan Strategi Free Ongkir Untuk Bisnis Anda. <https://www.harmony.co.id/blog/cara-memaksimalkan-strategi-free-ongkir-untuk-bisnis-anda> diakses pada 23 September 2022.
- Iprice. (2021). Peta E-Commerce Indonesia. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> diakses pada tanggal 28 April 2022
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49-57.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020) Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *JURNAL MANAJEMEN*. 12(2). 288-298.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13).
- Kasnaeni, K., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rochman, F. (2013). *Patronage Buying Motives of Coffee shop's Consumers*. *IOSR Journal of Business and Management*. 8(3), 19-22.
- Kennedy, E. N. & Kundu, G. K. (2018). *Influence of Delivery Charges And Time On Online Purchase Decision*. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. 118(18), 4393-4404.

- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou. id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157-161.
- Kotler, P., Hermawan, K. & Setiawan, I. (2016) *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Kuarter id (2021). Gratis Ongkos Kirim Jadi Daya Tarik Berbelanja Online? <https://kuarter.id/gratis-ongkos-kirim-jadi-daya-tarik-berbelanja-online/> diakses pada 22 September 2022.
- Lidwina, A. (2021). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> diakses pada tanggal 28 April 2022.
- Litbang (2018). *Riset Snapcart: 65 Persen Pelaku Belanja Online Adalah Perempuan*. Badan Litbang. Retrieved August 23, 2022, from <https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>
- Maharani, N. (2015). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59-75.
- Margono, S. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Maulana, H. A. & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis* 7, 162-165.
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. *Agora*, 7(2).
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nova, F., Rahayu, D., & Handayani, E. N. (2017). *The Influence of Consumer Moral, Risk Perception, and Consumer Motive to Consumer Buying Intention of Pirated CDs/DVDs*. *International Journal of Education and Research*, 3(9), 427-438.
- Putri, M. Y., & Fathorrahman, F. (2022). Pengaruh Patronage Buying Motives Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 10(1), 105–116.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491.

- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020). *Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge*. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.
- Saputra, R. & Hasanah, U. (2009). PENGARUH EVIDENCE OF SER VICE TERHADAP PATRONAGE BUYING MOTIVES (MOTIF PEMBELIAN TERPOLA) KONSUMEN LONDON BEAUTY CENTRE DEMUR ANDAYANI DI SURABAYA. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 7(1), 60-82.
- SellerTokopedia.com (2022). Lengkapi Deskripsi Produkmu dengan Fitur Spesifikasi. <https://seller.tokopedia.com/edu/fitur-spesifikasi/> diakses pada 22 September 2022.
- SellerTokopedia.com (2022). Strategi Pintar untuk Promosi Gratis Ongkir <https://seller.tokopedia.com/edu/strategi-promo-gratis-ongkir/> diakses pada 22 September 2022.
- Sinaga, M. J. E., & Pandiangan, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suture & Gloves Pada Pt. Surgika Alkesindo Medan. *Jekkp (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 1(2), 92-102.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE--Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Perilaku Konsumen*, Malang. Banyumedia Publishing.
- Totanan, C. (2018). Pengaruh *patronage buying motives* terhadap prinsip *going concern* pada UMKM. *Jurnal Akuntansi*. 14(1), 44-51.
- Totanan, C., Mayapada, A. G., Yamin, N. Y., Parwati, N. M. S., & Indriasari, R. (2021). *The effect of patronage buying motives on small business profitability: evidence from Indonesia*. *Innovative Marketing*. 17(1), 109-119.

- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 5(2), 174-185.
- Wang, L., & Bae, S. M. (2020) *How to avoid the free shipping pitfall? Changing consumer attitudes from the perspective of information interaction. Electronic Commerce Research and Applications.*
- Wibisono, I. P (2017). Karakteristik, Patronage Buying Motives dan Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Desa Ekowisata Rajegwesi, Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 49-70.
- Widyasari, S., & Ffilia, E. T. (2009). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Telaah Manajemen*, 6(2), 249074.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34-49.
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha. *Jurisma: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 141-152.