DAFTAR PUSTAKA

Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, *12*(1), 66-74.

Androsari, K., Gunawan, C. I., & Novitawati, R. A. D. (2024). Strategi Promosi Berbasis Online dalam Meningkatkan Penjualan di Warung Makan Mbak Nur Kota Malang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi)

Ardila, Y., & Ardi, H. A. (2024). Pengaruh Promosi Cashback Terhadap Loyalitas Pengguna Shopeepay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting And Business Journal*, *4*(1), 26-31.

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai e-commerce terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, *2*(1), 73-79.

Dewi, K. V., Siregar, R. J., & Wibowo, M. A. (2025). Peran Promo Shopee (Cashback dan Gratis Ongkir) dalam Membangun Loyalitas Pengguna di Kalangan Mahasiswa Gen Z Kota Tebing Tinggi. *Management And Business Progress*,

Farhah, M., Priyananda, M. D., Hidayat, I., Hidayat, W., & Peristiwo, H. (2024). Pengaruh promo diskon dan gratis ongkir di platform e-commerce pada minat belanja mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, *1*(3).

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2016). Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It. San Francisco: Jossey-Bass.

Gunawan, C. I., Solikhah, S. Q., & Yulita, Y. (2021). Universitas Tribhuwana Tunggdewi Malang Model pengembangan manajemen sumber daya manusia UMKM sektor makanan dan minuman di era covid-19. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 9(2), 200- 207.

Karmila, N. M., & Nuryani, Y. (2025). PENGARUH LAYANAN BAYAR DI TEMPAT DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN GARUT. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *7*(2), 794-808.

Khairani, A., Setyawati, N. W., & Sumantyo, F. D. S. (2025). Pengaruh Brand Image, Program Gratis Ongkir dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Everyday BB Cream di Marketplace Shopee. *Fibonacci: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, *1*(3), 211-226.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Kuantitatif, P. P. (2016). Metode penelitian kunatitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.

Lestari, S. (2023). Kepercayaan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas di Shopee. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(1), 45–55.

Mardhiyah, A., & Hariasih, M. (2024). Harga promosi, kepercayaan, dan gratis ongkos kirim mendorong keputusan pembelian di Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, *1*(2) https://journal.pubmedia.id/index.php/interaction/article/view/2940

Moleong, L. J. (2019). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20–38.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2018). Consumer Behavior. Pearson Education.

Naomi, N. T. S., Suandevin, H. T. H. H., & Akhmad, I. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi, Tagline Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Shopee di Kota Pekanbaru. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, *4*(1), 919-931.

Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nggabut, M. H., Enco, F. M., Surip, F. A., & Lian, Y. P. (2025). Peran Kontent Marketing dan Free Ongkir terhadap Minat Beli Konsumen pada Shopee. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, *8*(1), 16-21.

Nia, L., Yacob, S., & Khalik, I. (2025). PENGARUH GRATIS ONGKIR DAN KUALITAS PRODUK MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA SECARA ONLINE. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, *2*(2 Mei),

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–44.

Pratiwi, D. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 9(2), 66–78.

Purwoko, E. I., Zusrony, E., & Hargyatni, T. (2025). Pengaruh Promo Flash Sale Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gen Z Di Kota Salatiga. BBM (Buletin Bisnis & Manajemen).

Putra, A. R., & Sari, D. M. (2023). Dokumentasi dalam penelitian marketplace: Analisis penggunaan bukti visual pada aplikasi e-commerce. Jurnal Manajemen Digital, 5(2), 112–123

Putri, A. D. (2020). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2), 45–53.

Rahmawati, N., & Wulandari, R. (2021). Promosi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce di Indonesia. Jurnal Ekonomi Modern, 7(1), 14–25.

Rismawan, A. A., & Cahyono, T. D. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Pada Platform Shopee. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*,

Sari, N., & Dewi, P. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee. Jurnal Manajemen Pemasaran, 10(1), 77–86.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.). New York: Wiley.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2018). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Syach, Z. Z., & Tjahjaningsih, E. (2025). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN:(Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Semarang). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, *14*(3), 1478-1490.

Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, *6*(2), 3910-3921.

Tasrif, T. M. N., Montolalu, S. J., Rendy, R., Michael, A., & Muchtar, M. (2025). PENGARUH DISKON TANGGAL KEMBAR DAN GRATIS ONGKIR SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA STIE CIPUTRA MAKASSAR. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, *14*(2), 314-325.

Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Ulayya, J., Bayangkara, A. V., Ramawati, D. B., Lintang, Q., Damayanti, C., & Isnaini, M. (2025). Diskon ke Checkout: Pengaruh Promo dan Live Streaming Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *4*(2), 372-387.

Umar, H. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wulandari, R. & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia, 10(1), 45–56.

Zulkifli, R., & Putri, S. L. (2025). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Aplikasi Shopee. *New Economy*, *1*(2), 96-106.