

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). *Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Ssebagai Variabel Moderasi* (E. Ftmawati (ed.); 1st ed.). UPT UNDIP Press.
- Gergely, S. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (8 eds).
- Hasibuan, S. (2021). Pengaruh Adanya Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Melalui ECommerce. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 1 (2), 14–26. <https://doi.org/doi.org/10.54209/jasmien.v3i01.225>
- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2, 35–42.
- Iskandana, N. C. D., Subagyo, & Widodo, M. W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Diskon Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Pembelian Impulsif Pengguna E-Wallet ShopeePay Pada E-Commerce Shopee Di Kalanagan Mahasiswa. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III, Vol 3*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A. (2022). *Virtual Account Berikan Kemudahan Transaksi Bagi Dunia Usaha Maupun Kantor Pemerintah*. Kementrian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14691/Virtual-account-berikan-kemudahan-transaksi-bagi-dunia-usaha-maupun-kantor-pemerintah.html>
- Leonard, S., & Tarigan, A. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran Transfe Bank, Shopee Pay, Shopee Paylater, Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Aplikasi Sshopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Marketplace di Kota Tangerang. *Jurnal Digismantech*, 3 (No 1), 66–81. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5221>
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus

- Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>
- Mayangsari, & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 498–505. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Nugroho, T. C., Pubra, E. H., & Helwani, R. M. K. (2022). Analisis Pengalaman Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus : ShopeePay). *IJAcc*, 3(1), 26–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/jakbi.v3i1.2155>
- 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), 1169–1178. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52320>
- Pramesti, G., Azizah, Sulistyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima*, 9.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Reynaldy, B. (2024). 96% Masyarakat Indonesia Sudah Menggunakan E-Wallet. Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudah-menggunakan-e-wallet-itxlc>
- Roekanah, I. (2024). *Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkos Kirim, Dan Review Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform E-Commerce Shopee*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Rusdiana, L. D., Rafiqi, & Ridhwan. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022). *Neraca : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 157–166. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). Pengaruh Flash Sale, Customer Review, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis I*, vol 1, 322–328.
- Setyaningsih, T. (2021). *Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo*.

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Shopee. (2020). *Apa saja metode pembayaran yang didukung oleh Shopee?* [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73077-\[Baru-di-Shopee\]-Apa-saja-metode-pembayaran-yang-didukung-oleh-Shopee](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73077-[Baru-di-Shopee]-Apa-saja-metode-pembayaran-yang-didukung-oleh-Shopee)

Silalahi, A. ., Gultom, E., & Suparto, S. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Penjual Pada Transaksi Online Shop Dengan Menggunakan Sistem Pembayaran COD Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *JUSTITIA : Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora* *urnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 1334–1343.

Subagyo, Ernestivita, G., Rukmini, M., & Limantara, A. D. (2020). *The Effect of Promotion Through Social Media on Purchase Decision with Viral Marketing as an Intervening Variable*. <https://doi.org/DOI 10.4108>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta (ed.)).

Syafitri, N., & Lestari, B. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePay. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9 Nomor 2.

Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0* (M. Pradana (ed.); Edisi Indo). Ureka Media Aksara.

Widana, W. I., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis* (T. Fiktorius (ed.)). Klik Media.