

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2013. Edisi 13, Jilid 2. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Laksana, F. 2017. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Referensi Lainnya :

- 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.
- Firmansyah, M. W. 2022. Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Iklan YouTube dari Shopee terhadap Brand Awareness
- Jusri. 2020. Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di YouTube terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Komalasari, R. 2022. Pengaruh Flash Sale dan Tagline "Gratis Ongkir" Shopee terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Pahlevi, R. 2021. Promo Gratis Ongkir Jadi Alasan Utama Pengguna Internet Belanja Online. [Artikel]. Databoks. Diakses pada tanggal 11 Mei 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/promo-gratis-ongkir-jadi-alasan-utama-pengguna-internet-belanja-online>
- Rizaty, M. A. 2023. Ragam E-commerce Favorit Konsumen Indonesia, Apa Saja? [Artikel]. Data Indonesia. Diakses pada tanggal 11 Mei 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/ragam-ecommerce-favorit-konsumen-indonesia-apa-saja>
- Roykhanah, Siti. 2018. "Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Ampel Surabaya: Surabaya.
- Shopee. (n.d.). About Us. Diakses pada tanggal 11 Mei 2023 dari <https://careers.shopee.co.id/about>