

DAFTAR PUSTAKA

- Alyasinta, T. V. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *Forum Ekonomi*, 23(4), 632–639. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Asih, P. B. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di DKI Jakarta. *Skripsi*, 7–21.
- Az-Zahra, P. J, Susanti, H, Az-Zuhra, A. M, Samudra, Y. F, Utomo, S. S, & Sholihatin, E. (2023). Pengaruh Penggunaan Ragam Bahasa Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 604–617.
- Azhar, A. (2017). Perkembangan video dari masa ke masa. *Perkembangan Video Dari Masa Ke Masa, promotion mix*.
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 335. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.158>
- 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), 55–63. <https://doi.org/10.51977/jsm.v3i2.561>
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1), 217–228. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Hasan, A., & Reza, T. S. (2021). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (Cod) Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Aplikasi Marketplace Toko Deals of the Day. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 114–

118. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-wecksler, E. T. (n.d.). *Jual Beli Online (e-commerce) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam*.
- Hidayanti, N., Futuchatul Hidayah, S., Al -Hakim, I., & Khairum Nisa, F. (2022). Pengaruh Tiktokshop Sebagai Media Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 3(2), 36–43.
- Junaidi.T.Noor. (2022). Sejarah Kota Jambi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%20.pdf)
- Krisito, R. E., Fazri, A., & Khotib, W. (2024). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkir dan Countdown Time terhadap Impulse Buying pada Aplikasi Shopee*. 4, 18140–18153.
- Lailiyah, I. F. A. F., Fageh, A., Islam, U., & Sunan, N. (2023). Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop Dalam Perspektif. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(2), 658–676.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1–8. [file:///C:/Users/Vivobook/Downloads/22568-Article Text-26577-1-10-20180118.pdf](file:///C:/Users/Vivobook/Downloads/22568-Article%20Text-26577-1-10-20180118.pdf)
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Mardhiyah, A., & Hariasih, M. (2020). *Promotions , Prices , Trust , Free Shipping Programs on Purchase Decision on Tiktokshop [Promosi , Harga , Kepercayaan , Program Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktokshop]*. 1–16.
- Marpaung, I. (2022). Pengaruh Iklan , Sistem Cod , Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT*, Vol. 9(3), hlm. 1477-1491.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Mauludin, M. S., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (2022). Analysis of Consumer Behavior in Transactions in E-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>

- Mayssara, H. (2014). Pengaruh Karakteristik Generasi Z Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2017&2018 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Melfaliza, D., dan Nizma, A. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, IV(2), 1–13.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- Munte Sirmas, F., & Polewangi Daeng, Y. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68. <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Murjiati, W. (2022). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i1.3411>
- Novita, S., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida, M. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop. *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>
- ONLINE SHOP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH. (2021). Fatwa DSN MUI-146. *Dewan Syariah Nasional MUI, Keuangan Syariah*, 1–10. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/>
- Pasaribu, A. P. (2022). *Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Masyarakat Kota Medan*. 1–31.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7568>
- Pratiwi, D. nurvianti, & Fikriyah, K. (2021). DETERMINAN PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM BELANJA ONLINE MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 219–231. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p219-231>

- Pratiwi, W. A. (2023). *Pengaruh Iklan dan Sistem Cash On Delivery (COD) terhadap Keputusan Pembelian Produk pada E-Commerce Tiktok Shop (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)*.
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal I. SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M., & Sumardjono, S. (2023). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Marketplace. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(3), 481. <https://doi.org/10.32493/jee.v5i3.29299>
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas HKBP Nommensen Medan). *Universitas HKBP NOMMENSEN*, 1.
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Silviasari, S. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash on Delivery. *Media of Law and Sharia*, 1(3), 151–161. <https://doi.org/10.18196/mls.v1i3.9192>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tiktok, A., & Fitur, D. I. (2022). *No Title*.
- Titasari, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1530–1540. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20337/15116>
- UlaAzizah, S. H. (2019). Motivasi Belanja Fesyen Online : Perspektif Generasi Y Wanita. *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2), 789–799.
- Ulya, A. ', Putri, O. N., & Naylawati, W. A. (2023). Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 1300–1308.
- Umami, E., Hamdani, Puteh, A., & Saifullah, T. (2023). *2023 Joses : Journal of Sharia Economics Scholar Pengaruh Harga Diskon dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari*

Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh. 1(2), 12–24.

Wulan sari, P., Rois, A., & Arsyanto, T. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Gratis Ongkir, Online Customer Review Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1343–1351.

Yulistiyan, N., Afwa, A., & Puspita, A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Event Tanggal Kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 20. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2971>

Zahida I'tisoma Billah, & Wahyu Nuril Khotimah. (2022). Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa FEBI UNZAH. *Asian Journal of Philosophy and Religion*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.55927/ajpr.v1i1.423>

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>