

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Alhaq, D. D., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Bright Gas di Kota Bndung. *E Proceeding of Management*, 7(2), 6666–6674.
- 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. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10102>
- Anwar, M., & Sumantri, B. A. (2021). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Crf 150L Pada Komunitas Kracker Nganjuk Berdasarkan Pertimbangan Kualitas Produk *Seminar Nasional Manajemen ...*, 37–42. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/729%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/729/750>
- Artika, A. S. A. L. (2022). *No Title*. 9(2), 356–363. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/3122/2582>
- Azlin, N., Syahrudin, H., & Kuswanti, H. (2022). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–8. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53285>
- Bramanta, V. R., Sumantri, B. A., & Leksono, P. Y. (2022). Pengaruh Motivasi, Komunikasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv Polowijo Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 7(1), 663–669.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.

- Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.611>
- Fitrayana Erlinda Ika, & Lina Budiarti. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Hakui Kopi 0 KM Tulungagung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 65–68.
- Ghozali, I. (2018). *Book_2018_Ghozali.pdf* (hal. 30).
- Halaweh, M. (2017). *computer information systems and industrial management* (rituparna chaki Saeed, Khalid, wtadystaw homenda (ed.)). https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-10548-7_19?fromPaywallRec=false
- Hamka, H., Satriani, I., Rufaida Arman, I., & Harmilawati, H. (2024). Sistem Pembayaran Cash on Delivery (Cod) Dalam Belanja Online Perspektif Fiqh Muamalah. *Jurnal Al-Ahkam: Jurnal Hukum Pidana Islam*, 6(1), 109–122. <https://doi.org/10.47435/al-ahkam.v6i1.2653>
- Hanafi, M. (2019). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Herayanti, L. D. (2024). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim , Cod , Dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee. 10(2), 550–564.
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Makmur Sejahtera. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(2), 54–63. <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Iswandari, C. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shoopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 1–9. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/3397/2697>
- Jane. (2021). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Nomor April 2012).
- Laura, N., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Harga dan Layanan. *Seiko*, 5(c), 140–149. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1873>
- Lestari, S. P., Unsurya, D. M., & Pusat, J. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional Pt. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 83–91. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1027>

- Lystia, C., Winasis, R., Widiati, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 21–28. <https://doi.org/10.31958/mabis.v3i2.10516>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- 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>
- 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>
- Mayangsari, M., & 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*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Muallim Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Novirahayu, S. yuana, & Laksono, P. Y. (2021). Keputusan pembelian dilihat dari kualitas produk, harga, dan promosi pada toko mrs sheshop tulungagung. *Senmea*, 24–29.
- Pamungkas, F. P., & Anggarini, D. R. (2024). Pengaruh Diskon dan Free Ongkir terhadap Keputusan Pembelian melalui E-Commerce (Studi Kasus Shopee) di Bandar Lampung. 6(4), 571–580.

- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Ramadhan, K., Ramadhan, R. R., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Gratis Ongkir , Discount , Dan Pembayaran Cash on Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Universitas Muhammadiyah. *SNEBA : Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi*, 1, 588–601.
- Restyawati, V. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee. In *Universitas Islam Negeri Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *populasi,sampel,varianbel dalam penelitian kedokteran* (Moh.Nasrudin (ed.)).
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Shopee di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 5(2), 65–73. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i2.806>
- Soeliha, S. M. F. kusnadi;Siti. (2022). Edy Kusnadi. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 1996–2008.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. *Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Solikhah, & Amyati. (2022). *BIOSTATISTIK: Sebuah Aplikasi SPSS dalam Bidang Kesehatan dan Kedokteran*.
- Sonia Yolandia. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tb Isna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557–566. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1687>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif, dan R&D*. ALFABETA,cv.

- 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>
- Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.
- Wardani, K., Siregar, P. A., & Bancin, K. (2019). Analisis Rasio Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal At-Tabayyun*, 2(2), 101–122. <https://doi.org/10.62214/jat.v2i2.39>
- 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>



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0827/WM.H16/SK.CP/2025

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Archangela Dwi Putri Ikapati Ingulyman
NIM : 32121012
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Engelbertus G.C. Watu, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH LAYANAN CASH ON
DELEVERY, GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION TOKOPEDIA**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **8 (Delapan) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 30 Juli 2025

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk.