

DAFTAR PUSTAKA

- Acai Sudirman, et.al. 2022. *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit: Media Sains Indonesia. Bandung.
- Alma, Buchori. 2014. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Penerbit : Alfabeta. Bandung.
- Angger, Roni. 2020. *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ardin, W. N. (2020). *Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*.
- Arestrias, A. P., & Wijanarko, A. A. (2021). *Pengaruh Metode Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Pada E-Commerce Shopee*. Artikel Karya Ilmiah Mahasiswa.
- Arfani, Ahmad Muflikh. “*Promo Flash Sale Ditinjau Dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Perjanjian Syariah*”. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. 2019.
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). *Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan kepercayaan merek Sebagai Variabel mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow Di Surabaya*. *Insight Management Journal*, 3(1), 22-30.
- Assauri, Sofja. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Manajemen*. Surabaya: Qiara Media.
- Latifah, S., & Komariah, K. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Produk MS Glow Pada Followers Instagram@ Tunis. Store)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1988-1995.

- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor.
- Mardiani, E., & Imanuel, J. O. (2013). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E- marketing)*. 4(November).
- Muliana et al. 2020. *Pengantar Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Munawaroh, L. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser, E-Wom Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Konsumen Ms Glow Di@Msglowjemberid)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Nikmah, F. (2017). *Kajian tentang pemasaran online untuk meningkatkan peluang bisnis*. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(1), 47-56.
- Philip Khotler. Hermawan Kertajaya & Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Pratama, Rheza. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Riduwan, 2018. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizal, A. (2022). *Pengaruh flash sale dan tagline gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505.
- Saida Zainurossalamia. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja. Nusa Tenggara Barat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta. Umar. 1997. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Suzanawaty, L. *Analisis Pengaruh Harga, Pesan Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Daerah Jabodetabek* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Zacharias, Tehubijuluw et al. 2019. *Metode Penelitian Sosial Teori Dan Aplikasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zakiyyah, A. M. (2018). *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online pada Toko Online "Pulchragallery"*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).

