

## DAFTAR PUSTAKA

**Buku** :

- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajawali Pers
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Chaffey, D. 2016. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Partice 6th Edition*, Pearson Education Limited
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers
- Endratno, H. & Hengky, W. 2013. *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Perbandingan Antara Mahasiswa FE UMP Dan FE Unsoed)*. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- Firmansyah, Anang dan Budi W. Mahardhika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Deepublish
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Manajemen dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Cetakan Pertama. Unitomo Press
- Kotler dan G. Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Damos Sihombing: Penerjemah)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 penerbit. Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management. Pearson Education limited. (15th global ed.)*. In Small Business Marketing
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20*. Bandung: Alfabeta
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.

- Moriarty, Sandra, dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Nurdiansyah, Haris dan Robi Saepul Rahman. 2019. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Cetakan 1. Diandra Kreatif
- Peter and Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1
- Priyatno. 2013. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: Media Kom
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2012. *Management, Elevent Edition*, (United States of America: Pearson Education Limited)
- Rohman, Fatchur. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: Cetakan Pertama. Universitas Brawijaya Press
- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Cetakan Pertama. Universitas Brawijaya Press
- Silalahi, Marto. Et. al. 2020. *Dasar-dasar Manajemen dan Bisnis*. Medan: Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis
- Siyoto dan Sodik. 2015. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Cetakan 1. Literasi Media Publishing
- Sudaryono, 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, Jilid II, PT Raja Grafindo Persada: Depok
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta Cv
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Cv Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

Wadani dan Aris Triyono. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Pertama Deepublish

**Jurnal :**

Aditya Ascasputra, K. P. A. 2022. *Analisis Pembelian Impulsif pada Marketplace Pada Masa Pandemi Covid-19*. 17(2), 187–201

Adhiyani, O. R. 2021. *Analisa Pengaruh Iklan, Cashback dan User Friendly Terhadap Impulse Buying Konsumen Dompot Elektronik OVO di Surakarta*. Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 9(1), 31-45

Amanah, D., & Pelawi, S. P. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. Jurnal Quanomic, 3(2), 10-18

Ariska, Y. I., Yustanti, N. V., & Ervina, R. 2022. *Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” dan Program Flash Sale pada Marketplace Shoppe untuk Mendorong Impulsive Buying Secara Online*. Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(S1), 109–120. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2005>

Aurelia, G., Setyabudi, D., & Manalu, S. R. 2021. *Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan dan Terpaan E-Word of Mouth# Shopee Haul di TikTok Terhadap Perilaku Impulse Buying*. Interaksi Online, 9(4), 174-188

Diah, S., & Sukmawati, C. 2022. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online*. Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>

Fina Fauziah. 2022. *Pengertian, Jenis dan Kelebihan Cashback*. Tedas. <https://tedas.id/bisnis/umum/cashback/>

Fransiska Ardela. 2019. *Definisi Cashback*. Finansialku. <https://www.finansialku.com/cashback/>

Gifari Zakawali. 2022. *Faktor-Faktor Gratis Ongkir*. Redaksi Hypetuts. <https://hypetuts.com/ongkos-kirim-jasa-pengiriman-barang/>

Hidayat Rahmat, & Tryanti Inggit Kusni. 2018. *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. Journal of

Applied Business Administration, 2(2), 174–180

- Imbayani, I. Gusti Ayu, and Ni Nyoman Ari Novarini. 2018. “*Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior.*” *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(2)
- Istiqomah, M., & Marlana, N. 2020. *Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion.* *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298
- Izza, N., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. 2021. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Implusif Konsumen Neo Coffee.* *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(2)
- Kedaton, M. S. K., Purwanto, H., & Sidanti, H. 2022. *Pengaruh Promosi Flash Sale dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Madiun).* *Jurnal Unipma*, 4(September)
- Kholida Qothurunnada. 2022. *Karakteristik Flash Sale.* Detikfinance
- Kurniawan, J. 2021. *Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park.* *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 12–16. <https://doi.org/10.32528/sw.v4i1.4400>
- Kusumasari, I. R. 2022. *Pengaruh Flash Sale, Diskon, dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Impulse Buying Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN" Veteran" JawaTimur).* *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2)
- Malik, R. 2017. *Impact of Digital Marketing on Youth Buying Behaviour at Big Bazaar in Udupi.* *International Journal for Innovative Research in Science & Technology (IJIRST)*, 3(8)
- 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>
- Nisa, L. K. 2015. *Hubungan Konsep Diri dengan Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) Produk Pakaian pada Mahasiswi UIN MALIKI Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)

- Riadi Muchlisin. 2020. *Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>
- Souisa, W. 2022. *Pengaruh Flash Sale dan Citra Merek Terhadap Pembelian Impulsif pada Marketplace Lazada*. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 508-516
- Sumarwan, U. 2014. *Model Keputusan Konsumen*. *Perilaku Konsumen*, 5, 1–41
- Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika, A. 2022. *Pengaruh Cashback, Flash Sale, dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(4), 734-749
- Thendeano, C. R., Sutanto, J., Kristanti, M., Kristen, U., & Siwalankerto, J. 2020. *Harga Terhadap Minat Menginap di Hotel Shangri-La Surabaya*. 35–51
- Umroh, N. U., Dwiarta, I. M. B., & Purnaningrum, E. 2022. *Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Promosi Flash Sale Shopee Terhadap Impulse Buying pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik*. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 10-20
- Wangi, L. P. 2021. *Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee*. (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional" Veteran" Jatim)
- Widianto, T., & Octaviani, A. 2020. *Analisa Sikap Belanja Online dan Harga Terhadap Keputusan Belanja Konsumen pada Event Flash Sale Shopee*. *Excellent*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.624>
- Widodo, R. 2022. *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Shopee pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Zakkiyah, A. M. 2018. *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online pada Toko Online “Pulchgallery.”* *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1), 63–70

**Internet :**

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

(Diakses pada tanggal 8 Januari 2023 pukul 14:51)

10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022 (katadata.co.id)

(Diakses pada tanggal 8 Januari 2023 pukul 20:40)

