

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. 2016. *Buku Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
- Amrudin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pradina Pustaka*.
- BadanPusatStatistik. 2023. *Statistik E-Commerce Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Darna, N., Agustin, M., & Kasman, K. 2024. *Pengaruh Discount Dan Live Streaming Terhadap Impulsive Buying (Suatu Studi Pada Konsumen Produk Online Shop Berhijab . co. 3*.
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. 2023. *Bahan Ajar Metodologi Penelitian* (Cetakan Pe). Cv. Budi Utama.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. 2023. *STRATEGI PEMASARAN*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Daud, I. 2021. *Manajemen Pemasaran* (pertama). Indomedia Pustaka.
- Dinova, S., & Suharyati. 2023. Pengaruh Live Streaming Shopping dan Flash Sale Terhadap Pembelian Implusif Pengguna Shopee di Kecamatan Jatinegara. *Journal Of Young Entrepreneurs*, 2(4), 88–102.
- Fatma, N., Alimudin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. 2023. *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0* (a. N. A. Ainun & P. Poddala (eds.)). Nas Media Pustaka.
- Ferdian, A. 2025. *35 Data Statistik E-commerce Indonesia yang Penting*. Semnesia.
- Gunawan, T. G., Harjanti, D., & Petra, U. K. 2023. *Pengaruh Service quality dan Store environment Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Sociolla 1,2*. 28(1), 52–67.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. 2022. *Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen*. 19(28), 31–55.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (H. Abadi (ed.)). Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, R., Suryantika, R., Widayati, S., Maulidiyah, eka cahya, & Khumairoh, L. 2024. Upaya Meningkatkan Kemampuan Numerasi Anak dalam Menulis

- Angka 8 melalui Media Vituleka. *Jurnal CARE (Children Advisory Research and Education)*, 12(1).
- Hokil, V., Pakiding, D. L., & Bubun, U. U. 2025. *Pengaruh Flash Sale E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. 3(2), 96–109.
- Ishak, R. P. 2024. *Dasar - Dasar Manajemen*. Eureka media aksara.
- Jonathan, J. 2025. *Strategi Pemasaran Flash Sale Dalam Meningkatkan Efektivitas Digital Marketing*. 1(2), 1–12.
- Jonet, A. S. H. Al, Purwanto, S., & Ariescy, R. R. 2024. *Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming terhadap Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya*. 9(1), 285–292. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1598>
- Kapriani, Jusman, ikhsan A., & Marsuki. 2025. *Marketing Strategy: Flash Sale and Live Streaming On Impulse Purchase Decisions On E-Commerce Platforms*. 5(1), 1177–1181.
- Lee, C., & Chen, C. (2021). *Impulse Buying Behaviors in Live Streaming Commerce Based on the Stimulus-Organism-Response Framework*. 1–17.
- Lu, Z., Xia, H., Heo, S., & Wigdor, D. 2018. *You Watch, You Give, and You Engage: A Study of Live Streaming Practices in China*. April 2018. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174040>
- M. C. Lumingkewas, E. 2019. Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi). *Konsep Dasar Manajemen: Ilmu Dan Seni Mengatur Organisasi*, 1–75.
- Manap, A., & Siska, E. 2025. *Buku Ajar Seminar Manajemen Pemasaran*. PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Moudyla, M. R., Sukartono, S., & Suryono, I. (2025). *Pengaruh Live Streaming dan Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Tiktok Shop Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Moderation (Studi pada Generasi Z di Jakarta Utara)*. 7(6), 4747–4759.
- Mulyadi, & Winarso, W. 2020. *Pengantar Manajemen*. cv.pena persada.
- Mutmainah, A., & Umam, M. R. K. 2025. *Analisis Pengaruh Flash Sale dan Scarcity Messages terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Shopee di Kota Solo*. 7, 2075–2094. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i5.7788>
- Nagadeepa, C., & Shirahatti, D. 2021. *Impulse Buying: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. Shanlax Publications.

- Nurfatria, R. A., Ramadhan, H., Rifqi, M., Setiawan, A., & Misbak, M. 2024. *The Influence of Live Streaming on Flash Sale and Its Impact on Impulse Buying of Shopee E-Commerce Users in Indonesia*. 2(2), 357–363.
- Popi, A. A., & Nengsih, M. K. 2026. *Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Penggunaan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian*. 7(1), 190–204.
- Pravitasari, D., Santi, I. N., Fadjar, A., & Wirastuti, W. (2025). *Peran Live Streaming, Flash Sale, dan Gratis Ongkir pada Pembelian Impulsif Gen Z (The Role of Live Streaming, Flash Sale, and Free Shipping on Gen Z Impulse Buying)*. 6(4), 935–947.
- Purnama, L. G., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Consumer di Marketplace Shopee Pada Generasi Z*. 4(2).
- Rahmawati, D. A. 2023. *Cashback Terhadap Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Anak Kos di Kota Serang)*.
- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024a). *Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 970–980.
- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024b). *Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee)*. *Jesya*, 7(1), 970–980. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1505>
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. TAHTA MEDIA.
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada.
- Sjahruddin, H., Sutaguna, I. N. T., Wibowo, T. S., Muhamad, L. F., Ali, H., Kuswibowo, C., Dassucik, Nasrullah, Soeharjoto, & Ade Suparman. (2023). *Pengenalan Dasar Manajemen*. CV Rey Media Grafika.
- Sonny indrajaya. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Streaming, P. L., Sale, F., Perilaku, T., Buying, I., & Shopee, E. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 6, 5024–5036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2119>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (25th ed.). Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Utami, Z. L. (2024). *The Influence of Flash Sale and Shopee Live on Impulsive Buying Behavior in Marketing Management Students*. 3(3), 155–165. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i3.3893>
- Yansahrita, Kasmi, Irviani, R., & Fauzi. (2023). *Konsep dan Teori Manajemen & Strategi Digital Marketing*. Penerbit Adab.
- Yanti, R. A. E., Maryati, S., & Herlina, N. (2024). Pelatihan Literasi Keuangan Digital dan Tes Parameter Bagi Atlet Disabilitas. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2495–2502. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i.16195>
- Yusuf., M., Haryoto., C., & Nuraeni., N. H. (2023). Teori Manajemen. In *Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim* (Vol. 1, Issue 1).