

DAFTAR PUSTAKA

- Herlina, H., Loisa, J., & SM, T. M. (2021). *Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online*. Dalam Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi. Vol 5 (2).
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). *Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(13).
- Purbohastuti, W. A dan Hidayah, A. A 2020. *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Dalam Jurnal Bisnis Terapan. Vol 04 (01), 37-46.
- Effendi, U 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wijoyo, H (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.
- Andarini, S. (2021). *Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna shopee*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA Bandung.
- Fauziah, N dan Mubarak Aziz D. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi pada Produk Kecantikan*. *Jurnal IMAGE*, vol 8(1), 37-44.
- Hartawan, E. Et, al. (2021). *Pengaruh Iklan di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat pada E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi*, vol 8(1), 217-228.
- Setiawan, I., Nirwan, S., & Amelia, F. M. (2018). *Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Web (Sub Modul: Pembelian)*. *Jurnal Teknik Informatika*, 10(3), 37-43.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E.(2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Widyakala: *Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Rahmawati, A 2022. *Analisis Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkir, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan FE Unsil. Tidak diterbitkan.
- Suhardi, (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Penerbit Gava Media.

- Maolina, M 2022. *Pengaruh Citra Merk dan Sikap Merk terhadap Ekuitas Merk*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Rosnia, E.N 2022. *Pengaruh E-Commerce dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli pada Toko Online Shopee*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Munggarani, S.I 2022. *Pengaruh Discount Price dan Point Of Purchase terhadap Impluse Buying*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Nasution, M. F. R. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 14(2).
- Maolina, M 2022. *Pengaruh Citra Merk dan Sikap Merk terhadap Ekuitas Merk*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zakiyyah, A. M. (2018). *Pengaruh Flash Sale terhadap Pembelian Implusif Online Pada Toko Online “ Pulchragallery”*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.4(1).
- Syauqi, A., Lubis, F.A., & Atika. (2022). *Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline ” Gratis Ongkir” Terhadap Impluse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. Dalam Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI). Vol 2.
- UI, U. N, Dwiarta, B.M., & Purwaningrum, E. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Promosi Flash Sale Shopee Terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik*. Dalam Journal of Sustainability Business Research. Vol 3.
- Andriani, M 2022. *Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming Terhadap Repurchase Attention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Shopee)*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Manajemen FE UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA (2023). Tidak diterbitkan.