

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1).
- Ahdiat, A. (5). E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Retrieved February, 16, 2024.
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2024). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(2), 61-70.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Anwar, C. (2021). Pengaruh Insentif Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan:(Pada Pt. Tasindo Central Perkasa Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo). *Greenomika*, 3(1), 30-35.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aryani, E. T., & Kurnianingsih, H. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT DI SURAKARTA. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(2), 368-377.
- Balqis, Z. N., Abidin, Z., & Situmorang, S. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kopi Dekafeinasi Ghalkoff Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(2), 252-259.
- Batubara, B. S., Rini, E. S., & Lubis, A. N. Effect of Consumer Trust, Tagline, Flash Sale, and Ease of Use on Purchasing Decisions.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh profitabilitas, leverage, total arus kas dan ukuran perusahaan terhadap financial distress pada perusahaan property dan real estate yang terdapat di bursa efek indonesia tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340-350.

- Cindy Mutia Annur. Apa Produk Makanan dan Minuman yang Banyak Dicari Konsumen E-Commerce Indonesia?. January, 15, 2024.
- Darpito, S. H. (2022). The effect of flash sale on purchase decision moderated by product knowledge. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 4(1), 37-41.
- de Pinto Simanjuntak, O. (2022). Pengaruh Flash Sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Eqien*, 9(2), 395717.
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47-56.
- Dewi, C. K., & Budiarti, E. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE. *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(7), 122-132.
- Duan, R. R., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian motor yamaha mio pada PT. hasjrat abadi tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 128-136.
- Fardani, E., & Siregar, S. (2024). Pengaruh Promo Flash Sale dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 140-147.
- Fatoni, U. F., & Rochmah, A. (2022). the Effect of Flash Sale and Free Shipping on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace (Study on Students in Man Kota Tegal). *Basic and Applied Computational and Advanced Research Journal*, 2(1), 20-26.
- Firdaus, E., Hurriyati, R., Dirgantari, D. P., & Murugesu, K. D. (2023). Analysis of the Influence of Online Promotion, Product Packaging and Price on Purchasing Decisions with Price as a Moderating Variable. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 13(1), 49-58.
- Fitriyani, D. N. (2022). PENGARUH EASE OF USE, SALES PROMOTION DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jg Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung. JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 7(1), 21-32.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. Indonesian journal on software engineering (IJSE), 5(1), 19-28.
- Intani, R. (2024). Pengaruh Live Streaming, Program Flash Sale, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Iskandar, R. (2020). Penggunaan grup whatsapp sebagai media pembelajaran terhadap peserta didik dta at-tawakal kota bandung. Comm-Edu (Community Education Journal), 3(2), 97-101.
- 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).
- Jumantara, S., Yulistiyanti, D., & Kencanawaty, G. (2021). Perancangan Sistem Informasi Keuangan Kas di Kampung Babakan Rw. 13 Bogor. JI-Tech, 48-55.
- Juwita, T. V., Hartono, H., & Subagja, G. (2022). Pengaruh Promosi Flash Sale dan Website Quality terhadap Impulse Buying pada Marketplace Shopee: Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Bandar Lampung. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital, 2(1), 1-12.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. Science of Management and Students Research Journal (SMS), 1(6), 193-199.
- Lutviana, E., & Sukoco, S. A. (2023). Pengaruh Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Grand Puri Bunga Nirwana Jember. VALUE, 4(2), 44-60.
- Malafitri, N., Sujarwo, M., & Murdiati, S. (2022). Analisis Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal di Marketplace Shopee. Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(1), 21-34.
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kopi instan. SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 11(2), 175-180.

- Mukuan, C. V., Pongoh, F. D., & Komalig, H. A. (2022). Pengelompokan Kecamatan Di Kabupaten Minahasa Berdasarkan Data Hasil Produksi Pertanian Tahun 2019 Dengan Menggunakan Analisis Komponen Utama (Aku) Dan Analisis Gerombol. *d'CARTESIAN: Jurnal Matematika dan Aplikasi*, 11(1), 12-17.
- Musyawah, I. Y., & Amanah, N. (2023). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 20(3), 358-367.
- Narimawati, U. (2017). Materi Bab III.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan metode suksesif interval pada analisis regresi linier berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Novianita, E., & Priyani, I. D. (2024). ANALISIS KESEIMBANGAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA PEGAWAI TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN FINISHING DI PT SANSAN SAUDARA TEX JAYA. *Jurnal Ekonomi Dirgantara*, 8(6).
- Pasaribu, N. S., Simanjorang, E. F. S., & Siregar, M. (2023). Analysis of the Effect of Flash Sales, Lifestyle, Rating Product, and Influencer Endorse on Consumer Purchase Decisions in the Tiktokshop Application. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 3307-3324.
- Pramuaji, A., & Munir, M. (2017). Pengembangan media pembelajaran interaktif pada materi pengenalan Corel Draw sebagai sarana pembelajaran desain grafis di SMK Muhammadiyah 2 Klaten Utara. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(2), 183-189.
- Priambodo, P., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Purworejo Pada Tahun 2017. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(5).
- Purnama, R., & Pralina, A. R. (2016). Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian di Restoran The Centrum Bandung. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 973.
- Putri, G. A. M., Maharani, S. P., & Nisrina, G. (2022). Literature view pengorganisasian: SDM, tujuan organisasi dan struktur organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286-299.
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227-232.

- Ramadhan, D. H. (2018). Analisis Beban Kerja Psikologis Pada Pegawai Restoran Wwingstop Dengan Metode Nasa-Tlx. *Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri*, 12(2), 328405.
- Ratu, C. D. M., & Oktaviannur, M. (2024). The Effect of Free Shipping Promotion Strategy (Ongkir), Cash on Delivery (COD) Payment Method, and Flash Sale on Purchasing Decisions for Shopee Users in Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(02), 854-871.
- Renita, I., & Astuti, B. (2022). Pengaruh Program Flash Sale terhadap Pembelian Impulsif dan Shopping Enjoyment pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(4), 109-120.
- Rosa, R. N., & Zaman, S. (2017). Pengelolaan pembibitan tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.) di kebun Bangun Bandar, Sumatera Utara. *Buletin Agrohorti*, 5(3), 325-333.
- Rufaedah, E. A., Kurnaengsih, K., & Rohman, F. (2023). Pengaruh Layanan Bimbingan Klasikal Menggunakan Strategi FGD (Focus Group Discussion) Terhadap Peningkatan Kemandirian Belajar Siswa Kelas XI TKJ 1 SMK Negeri 1 Arahan Tahun Ajaran 2022/2023. *Counselia; Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 4(1), 10-17.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 37-46.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131-143.
- Setiyaningrum, E., & Istiqomah, I. Efektivitas Penerapan Model Pembelajaran Think –Talk-Write Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas VII SMP Negeri 3 Magelang. *Union*, 3(1), 356658.
- Shihab, M. R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Flash Sale (Penjualan Kilat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia (Survey Pada Followers Tiktok Tokopedia 2022). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 745-754.

- Siboro, E. Y. L. P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 152-162.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabet.
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.
- Susilawati, E., & Wulantika, L. (2023). Analysis of Social Media Marketing and Content Marketing on Purchase Decisions on MSMEs Fostered by Cinta Ayah Bunda Foundation Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 13(2), 183-190.
- Susanto, N. (2019). Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada Divisi Penjualan PT Rembaka. *Agora*, 7(1).
- Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(1).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Umi, Narimawati; Jonathan Sarwono; Dadang Munawar; Marlina Budhiningtias Winanti. 2020. *Metode Penelitian dalam Implementasi ragam Analisis*. Yogyakarta: Andi.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman kekinian di kalangan mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian journal of health development*, 2(2), 83-91.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37-52.
- Widiyanti, W. (2017). Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 132-138.

- Wongso, Y., Susanti, N., & Cempena, I. B. (2022). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decision with Brand Image as Intervening Variable on Sippol Brand Hand Sanitizer Products. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(08), 108-126.
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Sumber*, 127(2016/412), 412.
- Yuliadarwati, N. M., Agustina, M., Rahmanto, S., & Septyorini, S. (2020). Gambaran Aktivitas Fisik Berkorelasi Dengan Keseimbangan Dinamis Lansia. *Jurnal Sport Science*, 10(2), 107-112.
- Yusup, A., Rauf, A., & Indriani, R. (2024). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PETANI KELAPA DALAM DI KECAMATAN PULUBALA KABUPATEN GORONTALO. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 139-148.
- Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).
- Zhang, M., Zhang, J., Cheng, T. C. E., & Hua, G. (2018). Why and how do branders sell new products on flash sale platforms?. *European Journal of Operational Research*, 270(1), 337-351.