

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyani, O. R. (2021). ANALISA PENGARUH IKLAN, CASHBACK DAN USER FRIENDLY TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN DOMPET ELEKTRONIK OVO DI SURAKARTA. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 5(2), 97-109.
- Ahmad, M. B., Ali, H. F., Malik, M. S., Humayun, A. A., & Ahmad, S. (2019). Factors affecting impulsive buying behavior with mediating role of positive mood: An empirical study. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 8(1), pp-17.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme dan Impulse Buying pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 7(2), 71-78.
- Baskara, Indra Bayu. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). (Online).
- Chaffey, D. 2015. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Partice 6th Edition*, Pearson Education Limited.
- Chang, H. J., Yan, R. N., & Eckman, M. (2014). Moderating effects of situational characteristics on impulse buying. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Jurnal Perspektif*, 16(1), 1-6.
- Dwi Santy, R. (2018). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Faktor Kepribadian Konsumen dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality (Survey pada Pengunjung Mall di Kota Bandung).
- Dwi Santy, R. (2018). PENGARUH MATERIALISME KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE (SURVEY PADA PENGUNJUNG MALL DI KOTA BANDUNG).
- E Susilawati. (2017) Rancangan Pengembangan Metode Pembelajaran Multimedia Interaktif Bahasa Inggris Melalui Adobe Flash Untuk Siswa Sekolah Dasar
- Fajryati, F. (2019). KESEJAHTERAAN SUBJEKTIF DAN PENGARUH SOSIAL DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA GENERASI MILLENNIAL.
- Fatrah, M. I. *Pengaruh Availability Of Money And Time, Hedonic Shopping Value, Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying Pelanggan Transmart Carrefour Cilandak* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2017. Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2003. *Ekonometri Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Guo, X., Zheng, X., Ling, L., & Yang, C. (2014). Online coepetition between hotels and online travel agencies: From the perspective of cash back after stay. *Tourism Management Perspectives*, 12, 104-112.
- Handayani, T. (2020, January). The Source of Communication Influences the Students' Attitude of Deciding Study. In International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019) (pp. 33-34). Atlantis Press.
- Herlina, H., Loisa, J., & Mulyana, T. M. S. (2021). DAMPAK FLASH SALE COUNTDOWN TIMER DI MARKETPLACE ONLINE PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI INTERVENING. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1).
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174-180.
- India. India
- 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.
- Kustanti, E. R. (2020). HUBUNGAN ANTARA PSYCHOLOGICAL WELL-BEING DENGANKECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA PENGGUNA GO-PAY YANG MENGGUNAKAN PROMO CASHBACK DI SMA NEGERI 2 SEMARANG. *Jurnal Empati*, 8(3), 497-504.
- Lasut, E. E., Lengkong, V. P., & Ogi, I. W. (2017). Analisis perbedaan kinerja pegawai berdasarkan gender, usia dan masa kerja (studi pada Dinas Pendidikan Sitaro). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Levy, M. (2016) . *Retailing Management (8th Edition)*. Mcgraw-Hill Education
- Narimawati, U., Soegoto, E. S., & Kartini, D. (2018). ASEAN Community and Indonesia's Competitiveness in Higher Education: A Need for Market Orientation. *Asian Journal of Scientific Research*, 11, 449-455.
- Nindyakirana, R. H., & Maftukhah, I. (2016). Membangun emosi positif melalui promosi penjualan dan lingkungan toko dampaknya terhadap impulse buying. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Noor, J. (2016) . *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Putra Utama

- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Pengaruh Product Usability Dan Cashback Promotion Terhadap Brand Loyalty Layanan Digital Wallet Di Indonesia. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 11-19.
- Rachmadi, K. R., Arifin, R., & Taqwiem, A. (2021). Perilaku belanja online konsumen terhadap Black Friday dan acara flash sale di Thanksgiving holiday selama pandemi covid-19 di Indonesia: Minat dan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 12(1), 59-76.
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 57-66.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 26. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Umar Husein. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umi Narimawati. 2007. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Genesis.
- Vineet, Kaur. (2017). Impact of flash sale on Consumer Behaviour in Marketplace's
- Vongurai, R. (2021). Factors Influencing Consumer Attitudes and Purchase Intentions of Flash Sale through Online Shopping Platforms. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 11(1), 1-20.
- Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online 'Pulchgallery'. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* , Vol. 4 No.1, 63-70.