

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Alam, A. S., & Khoerudin, M. H. (2019). Analisis Usahatani dan Pemasaran Beras Pandanwangi (Studi Kasus di Kelompok Tani Bangkit Desa Babakan Karet Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur). *Agrosience*, 9(2), 153-166.
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(14).
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *EProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*. Vol 1 No.1
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran word of mouth memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5442-5461.
- Atman, H. M., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Oleh Generasi Z Di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*. Vol. 7 162-165
- Auli, S., Ridwan, S. B. dkk. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- De. O. (2022) Pengaruh Flash Sale Promotion dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 9 No.2

- De Pinto Simanjuntak, O. (2022). Pengaruh Flash Sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Sopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 383-387.
- Devica, S. (2020) Presepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan* Vol 4 No.1
- Fitri, F., & Lesmana, S. J. (2021). Indikasi Predatory Pricing Pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-commerce Dalam Perpektif Hukum Persaingan Usaha. *Supremasi HUKUM*, 17(02), 48-53.
- Fitri. Jaya, S. L. (2021). Indikasi Predatory Pricing Pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-commerce dalam Perpektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Supremasi Hukum* Vol 17 No.2
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1),21-27.
- Herlina. Loisa Julia dkk. (2021). Dampak Flash Sale Countdown Timer Di Market Place Online Pada Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Intervening. *Jurnal Digismantech* Vol. 1 No.1
- Istiqomah, M., Marlana., (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298.
- Jannah, M., Wahono Budi dkk. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*
- Laeli, R. N., & Prabowo, R. E. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Tagline" Gratis Ongkir" terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 306-314.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133-153.

- Rusby, Z., & Hamzah, Z. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja Guru Sekolah Kebangsaan Kebun Sireh Pulau Pinang. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(1), 56-67.
- Saputri, R., Ramdan, A. M., & Norisanti, N. (2020). Peran Flash Sale Dalam Memediasi Hubungan sales promotion terhadap Keputusan Belanja Online. *Jurnal.syntax-idea.co.id* Vol. 2 No.6
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas HKBP Nonmmensen Medan). *Jurnal Manajemen*.
- Silvana, O., Erika. (2021) Pengaruh Iklan Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-commerce Shopee (Studi Pada Masyarakat Lampung). *Jurnal Center Of Documentation dan Scientific Information*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF. KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprihatin, W. (2020). Analisis perilaku konsumen wisatawan era pandemi Covid-19 (Studi kasus pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Bestari*, 1(1), 56-66.
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Ummi, L. N., Ridwan, M. B. Dkk. (2022). Pengaruh *Flash Sale* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.
- Yoana, M. P., & Fathorrahman. (2022). Pengaruh *Patronage Buying Motives* Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Distribusi* Vol. 10 No.1

Yusditara, W., Hanna Meilani Damanik dkk. (2020). Analisis Dampak Gratis Ongkos Kirim Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi* Vol. 6 No.1

Zakiyyah, M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol 4 No. 1

Skripsi :

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) Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.

Website :

<https://mediakonsumen.com/2021/09/13/surat-pembaca/kecewa-dengan-flash-sale-shopee-dan-jbl-official-shop-di-shopee> (diakses september 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar> (2018)

<https://investor.id/business/266394/shopee-jadi-ecommerce-peringkat-teratas-di-indonesia> (2021)

<https://lingkarmadura.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-1893645388/ternyata-ini-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-pada-kuartal-4-tahun-2021> (2021)

<https://ginee.com/id/insights/cara-flash-sale-shopee/> (2021)