

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K., & Krisna, A. (2021) Analisis keputusan pembelian produk *e-commerce Shopee* di kalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research*.
- Afifah, P. N., & Abadi, M. D. (2025). Pengaruh Harga dan *Flash Sale* terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna *E-Commerce Shopee* dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Agrawal, S., & Sareen, S. A. (2018). Pengaruh *Flash Sale* Dan *Tagline* Gratis Ongkir *Shopee* Terhadap Keputusan Pembelian *Impulsif* Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi *Shopee* di Universitas Samratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Ahmad Zita dan Venny Oktaviany (2023). Strategi Pemasaran *Flash Sale* Untuk Meningkatkan Penjualan Unit Rumah LA Palma Grande, Bekasi. *Jurnal Manajemen, Vol. 3 No. 2, Maret 2023, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi*.
- Al-Fairuz, NH. 2025. Pengaruh Live Streaming, *Flash Sale* dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*.
- Alia Candra Devi dan Uus MD Fadli (2023). Analisis Keputusan Pembelian *Produk E-Commerce Shopee* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR) Vol.1, No.5 September 2023*.
- Andika. (2021). Pengaruh program *flash sale* terhadap pembelian impulsif dan *shopping enjoyment* pada masyarakat Kecamatan Bojong Gede. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*.

- Arizka Pradnya Arestrias dan Adrian Azhar Wijanarko, M.M. (2024). Pengaruh Metode *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Pada *E-Commerce* Shopee. *Artikel Karya Ilmiah Mahasiswa*.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh potongan harga (*discount*) terhadap pembelian tidak terencana (*impulse buying*) (Studi pada pengunjung Matahari *Department Store* Johar Plaza Jember). PT. Remaja Rosdakarya.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). New York, NY: McGraw- Hill Education.
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap *flash sale* belanja *online* dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi ke-9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina, H., Loisa, J., & S.M, T. M. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2).
- Hertanto, A. D., & Sulhaini, H. L. E. (2020). Effect of flash sale method, product knowledge and in home shopping tendency toward consumer online purchase decisions. *Journal of Business Management Education*.

- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13, Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Mentang, V. T. N., Ogi, I. W. J., & Wangke, S. J. C. (2024). Pengaruh *flash sale* dan *tagline* 'gratis kasus pada mahasiswa pengguna aplikasi Shopee di Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Mohdari dan Rika Sylvia (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Pada Pt. Absy Property Banjarmasin. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 14 No. 1 Maret 2021*.
- Mulyono. (2022). *Analisis regresi sederhana*. Jakarta: SCS Business Mathematics and Statistics.
- Norisanti, N., Ramdan, A. M., & Saputri, R. (2020). Peran flash sale dalam memediasi hubungan sales promotion terhadap keputusan belanja online. *Syntax Idea*.
- Prabarini, A. (2019). Pengaruh promosi penjualan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toserba Borobudur Kediri (Studi kasus produk kecantikan Wardah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*.

- Ramadhan, A., Sari, N., & Putri, Y. (2022). Pengaruh *flash sale* dan diskon terhadap impulsive buying pada produk fashion di Shopee. *Journal of Management and Business*.
- Sidheswar, P., & Sandeep, K. (2017). Does promotion mix really help to enhance brand equity? *Indian Journal of Commerce and Management Studies*.
- Singarimbun, M. (2023). Metode penelitian kuantitatif. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1).
- Siska Maya dan Aprilia Fauziah Sahri (2024). Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif dan Shopping Enjoyment. *Jurnal Ekonomi Akuntansi & Manajemen Vol. 1 (1) Juni 2024*.
- Slamet, R., & Aglis, A. H. (2020). *Metode riset penelitian: Kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Smith, J. (2020). *Dasar-dasar kebutuhan manusia dan peran perumahan dalam kesejahteraan hidup*. Jakarta: Penerbit Sejahtera.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., & Lestari, H. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (e d . 11). Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, M. (2023). *Buku ajar dasar metodologi penelitian* (Edisi 1). Praya: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). Analisis data penelitian menggunakan SPSS dan aplikasi lainnya. *Journal of Trends in Economics and Accounting Research*.