

DAFTAR REFERENSI

- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). Sefa Bumi Persada Aceh.
- Adnan & Rusydi, (2023). Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas. Raja Grafinda Persada, Depok.
- Adnan, (2021). Perilaku Konsumen. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe
- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Kota E Lhokseumawe Jurnal Visioner & Srategis 7/2).
- Afifah, P. N., & Abadi, Moh. D. (2025). Pengaruh Harga dan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 387–407. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.432>
- Altria Lutfiansyah, G., & Syihabuddin, M. (2026). *Pengaruh flash sale, rating, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian Gen Z di Solo Raya The influence of flash sales, ratings, and free shipping on Gen Z purchasing decisions in Solo Raya*. <https://doi.org/10.60036/jbm.1004>
- Asadiyah, E., & Vania, A. (2024). Flash sale characteristics and attitude as determinant of impulse buying behavior. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 257–275. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v5i2.1165>
- Ateh, M. J. (2025). PENGARUH FITUR FLASH SALE, LIVE STREAMING SHOPPING DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP NIAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATFORM E COMMERCE SHOPEE (Doctoral Dissertation, Universitas Bakrie).
- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Bisnis, B., Indrawan Purwoko, E., Zusrony, E., Hargyatni, T., Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, S., Bisnis, P., & Sains dan Teknologi Komputer, U. (2025). Pengaruh promo flash sale dan gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian pada gen z di kota salatiga.
- Budhy Scorita, K., Suhud, U., Widyastuti, U., Wibowo, A., Universitas, P., & jakarta, n. (2023). Faktor yang mempengaruhi purchase decision produk kosmetik halal indonesia.
- Dahlan ramdhani, & rahma maulina. (2023). The effect of Price and Free Shipping on Purchasing Decisions in E-Commerce Shopee on Students of The

- Faculty of Economics Pasim National University. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1349–1368.
<https://doi.org/10.55927/ijis.v2i9.5967>
- Darwanto, A., Lestari, D., & Nurhidayah, O. (2022). Online consumer behavior dalam keputusan pembelian pada aplikasi e-commerce. 1(2), 133–146.
<https://doi.org/10.1234/jdbim.v1i2.50501>
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal bisnis terapan*, 4(1), 47–56.
<https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2276>
- Dewantara, R. Y., Fera, N., Kurnia, I., Penulis, N., Rizki, :, & Dewantara, Y. (2025). Pengaruh live-streamer credibility pada penjualan online produk fesyen di shopee live terhadap purchase intention melalui consumer trust sebagai pemediasi.
- Dewi, i., khotimah, h., nasution, r., hariyati, t., & rusli, a. (2025). Teori populasi dan pengambilan sampel. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v9i4>
- Dila Anggraini1), H. A. A. N. F. H. H. F. A. S. (2023). *Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam)*.
- Effendi Handi Prasetya 1 Siti Asiyah2 Kartika Rose Rachmadi3. (2024). Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, Dan Gratis Ongkos Kirim, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Erigo Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Konsumen Erigo Kota Malang).
- Ekonomi, F., Unisma, B., Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir,). (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. www.indotelko.com
- Evillia Dwi Anggraini. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada deli bakery banyuwangi.
- Fananny, F., Septin, T., Rahayu, M., Miftahuddin, M. A., & Zamakhsyari, L. (2025). Pengaruh online customer riview, e-service quality, live streaming terhadap minat beli produk fashion di e-commerce shopee.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: pengaruh live streaming video promotion dan electronic word of mouth terhadap buying purchasing.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (6th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, D. C., & Aprinawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Shopee Live. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 968–973.
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4985>

hadi_mulyani_2023. (n.d.).

- Hafizah, N., & Roberto Simangunsong, S. (2024). The Effect Of Discount Prices And Brand Image On Purchasing Decisions At Sports Station The Effect Of Discount Prices And Brand Image On Purchasing Decisions.At.Sports.Station.Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi*, 13, 2024. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i02>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hidayat, & Widodo. (2020). Perkembangan fashion dalam era digital sebagai representasi identitas sosial dan gaya hidup JO-Jurnal Ilmu Komunikasi. *Nama Jurnal Di Sini, Volume(Issue)*, Halaman awal-Halaman akhir.
- Hokil, V., Lallo Pakiding, D., & Urbanus Bubun, U. (2025). *Pengaruh Flash Sale E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian*.
- 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*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1203>
- Indah Wulandari, M. Syahril, Naifa Aulia Husna, & Natasya Azahara. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2111–2119. <https://doi.org/10.62710/9xvmk971>
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal manajemen*, 12(2), 288–298. <Http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen>
- Jonathan, J. (2025). Strategi pemasaran flash sale dalam meningkatkan efektivitas digital marketing (Vol. 1, Number 2). <https://journal.dinamikapublika.id/index.php/mosaic>
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *JURNALMANAJEMEN*, 13(1). <https://kominfo.go.id>,
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Global Edition, Ed.). Pearson.
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2022). Pengaruh sosial,gaya hidup,dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee paylater pada mahasiswa febi uin raden mas said surakarta. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21574>

- Marlena, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Maulida, V. W., Mariana, S. D., Akbar, M. F., Suri, B. S. J., & Redjeki, F. (2025). Integrating E-Business with Marketing: Strategies for Sustainable Growth in the Digital Era. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3241–3245. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.995>
- Mayhilda Nitami, Rina Novi Yani, Firdaus, Dimas Bagus Susanto, Banta Diman, Nahya Fadillah, Riza Aprillia, & Ida Fujari. (2024). Digital Marketing as A Strategy to Increase Sales and Consumer Satisfaction. *Journal Informatic, Education and Management (JIEM)*, 6(2), 54–69. <https://doi.org/10.61992/jiem.v6i2.104>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Minarta Nagara Tasrif, T., Josua Montolalu, S., Michael, A., Muchtar, M., Studi Manajemen, P., & Ciputra Makassar, S. (2025). Halaman | 314 PENGARUH DISKON TANGGAL KEMBAR DAN GRATIS ONGKIR SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA STIE CIPUTRA MAKASSAR. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- Nadhif Fuad, M., Hidayatullah, S., Dwi Yunianto, A., & Rachma Kamila, E. (2026a). *Pengaruh Flash Sale dan Limited-Time Offers terhadap Impulsive buying behavior pada Pengguna Shopee*. 3(1), 481–488. <https://doi.org/10.61722/jrme.v3i1.8378>
- Nadhif Fuad, M., Hidayatullah, S., Dwi Yunianto, A., & Rachma Kamila, E. (2026b). *Pengaruh Flash Sale dan Limited-Time Offers terhadap Impulsive buying behavior pada Pengguna Shopee*. 3(1), 481–488. <https://doi.org/10.61722/jrme.v3i1.8378>
- ningsih_amalia_2021. (n.d.).
- Nugroho Himawan, E., Djuwaini, A., & Darmawan Putra, A. (2024). Adoption Of E-Commerce In Small And Medium Sized Enterprises In Bogor District. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Nurul istikomah,budi hartono. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian.
- Pamungkas, R. P. Pengaruh Program Flash Sale, Cashback, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Pematang.
- Pengaruh Gratis Ongkir, Online Costumer Review Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok Shop (Studi Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang). (2021).

Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. (2023).

Primus Timanta Tarigan¹, D. S. T. P. (2022). Pengaruh affiliate marketing dan layanan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di aplikasi tiktok pada di aplikasi tiktok pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area.

Putra Pamungkas, F., & Anggarini, D. R. (2024). Pengaruh Diskon dan Free Ongkir terhadap Keputusan Pembelian melalui E-Commerce (Studi Kasus Shopee) di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(4). <https://doi.org/10.32493/JEE.v6i4.43302>

Putri Agusti Damanik, R., Abdurahman, A., Permana, H., Sekar Pratiwi, L., & Purwani Setyaningrum, R. (2024). *Global : Jurnal Lentera BITEP Pengaruh Live Streaming Selling Dan Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Universitas Pelita Bangsa.* <https://lenteranusa.id/>

Rahmawati, E. P., Nugroho, A. D., & Kusmayati, N. K. (2025). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Casha Beanbag. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 554–565. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2028>

Rismanto, M., Swadaya, U., & Jati, G. (2025). The Influence of Digital Customer Experience on Customer Satisfaction in E-Commerce in Indonesia. In *Journal of Digital Marketing and Economic Analysis* (Vol. 1, Number 1).

Rizkita, N., Putri Mulyaditha, R., Sadat, A. M., Dewi, A., & Pratama, S.). (2026). Gaya pengambilan keputusan pembelian pakaian shopee live menggunakan consumer style inventory (studi generasi z di jakarta) (Vol. 4, Number 1). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/>

samuel, puli. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online: a systematic review (vol. 24, number 1).

Sari, P., Palah, J. M., & Ambarwati, P. (2023). Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tiktok Shop: Daya Tarik Konten, Gratis Ongkos Kirim dan Harga Flash Sale sebagai Pemicu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01), 85–100. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v4i01.260>

Sari, P. R., Handayani, A., Email, K., & Kunci, K. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Fear of Missing Out, dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow pada platform Tiktokshop by Tokopedia. *Issues*, 9.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.

- Surjono, W. (2024). Factors Influencing Online Shopping Decisions in the Fashion Industry. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 297–311. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.3004>
- Untari, S., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2024). Analisis Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2738>
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita, H. (2023). Analisis keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap voucher gratis ongkos kirim e-commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678-685.
- Widyariini, L. A., Lilihata, C. F., & Agrippina, Y. R. (2025). FOMO Pada E-Commerce: Pengaruh Limited Quantity, Limited Time, Discount, Free Shipping Terhadap Arousal Dan Impulse Buying. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 7(1), 31–47. <https://doi.org/10.46229/bee.v7i1.1018>
- Wuryan, S., Amel, D. A., & Baskara, I. (2026). Pengaruh flash sale, paylater, dan fomo terhadap perilaku impulse buying pada platform e-commerce di wilayah jakarta dan bekasi. *Jurnal lentera bisnis*, 15(1), 830–847. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2032>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).
- Yilmaz, R., & Kocoglu, D. (2022). E-Commerce Adoption and Its Impact on Business Performance. *Journal of Business and Management Research*, 8(1), 12–24. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1638252>