

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, K., Hakim, A., & Makmur, M. (2019). Proses Perencanaan Anggaran Berbasis Kinerja pada Politeknik Pembangunan Pertanian Malang. *Jurnal Profit*, Volume 13 No. 1.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Belch, George; Belch, M. (2017). Advertising and. In Director (Issue October).
- Chen, C. C., & Lin, Y.C. (2018). What drives live streaming usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>
- Databoks. (2023) 20 September 2023 *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang*. Diakses pada 8 Oktober 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,orang%20pada%20awal%20tahun%20ini>.
- Faradiba, Besse., Mustika Syarifuddin. (2021). “Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing”. Sulawesi Selatan: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Fitriyani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *Jurnal Musharif al-Syariah*, 524-555.
- Furianto, D. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Live Streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee*. 3(1). <http://repositori.buddhidharma.ac.id/1862/>
- Ghozali, Imam. 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembelian Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1-16. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>.

- Idntimes.com. 11 Desember 2020. Psikologis belanja flash sale . diakses pada 28 Oktober 2023, dari <https://www.idntimes.com/science/experiment/amp/bayu/permainan-psikologis-belanja-flash-sale>
- Istiqomah, Marlina. 2020 Pengaruh Promo gratis ongkir *dan online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *fashion*. Jurnal Manajemen. Vol. 12. No. 2
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta:Erlangga. P125.
- Kotler, Philip dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*, PT.Indeks, Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>.
- Novita Sari, V (2019) *Pengaruh Gratis Ongkir, Diskon, dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha)
- Nugroho J Setiadi, 2018. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta
- Rahman, H. N., Paramita, N., Hannum, R., & Nurbaiti. (2021). Pengaruh Perangkat Lunak E-Commercce Terhadap Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 7-12.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. SEIKO : Journal of Management & Business, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>.
- Randi.2018.*Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga.

- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, S. R. (2022). Pengaruh Flash Sale, Customer Review, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 322–328.
- SARI, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan). Universitas HKBP NOMMENSEN, 1.
- Setiadi, Nugroho J. (2010) *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4, Edisi Revisi. Jakarta: Kencana
- Setyawan, Ryan Ari & Marzuki, Yumarlin. 2018. Survei aplikasi *live streaming & chat* di kalangan pelajar. Seminar Nasional Edusaintek. Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra, Yogyakarta.
- Shopee Indonesia. (2023). Tentang Shopee-Karir. Diakses pada November 2, 2022, from careers.shopee.co.id: <https://careers.shopee.co.id/about/>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi; Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumantoro. Faman, 2022. Pengaruh Iklan, Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Putra Bangsa). Skripsi Sarjana. Kebumen : Universitas Putra Bangsa.
- Suwarni, E., Astuti Handayani, M., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Perencanaan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 2(2). 187-192.

- Tabunan, Krystia dan Ibnu Widiyanto (2012) *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*. *Diponegoro Journal Of Manajemen* Vol.1(2)58-66)
- Viela Tusanputri, A., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, F. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *Forum Ekonomi*, 23(4), 632–639. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>.
- Wahyudi, Arfina Nur. 2022. Pengaruh Kompetensi, Budaya Organisasi dan Lingkungan Klerja Terhadap Kinerja Perawat Ruang Multazam RS PKU Muhammadiyah Gombong. Skripsi Sarjana. Kebumen : Universitas Putra Bangsa.
- Wangi, L. P., & Andrarini, S. (2021) *Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee*. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Volume 5 Nomor 1, 2021.
- Widodo, Rizki., & Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, (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, Skripsi Sarjana. Pekanbaru : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Wongkitrungrueng, A., Dehouche, N., & Assarut, N. (2020). Live streaming commerce from the sellers' perspective: implications for online relationship marketing. *Journal of Marketing Management*, 36(5-6), 488-518.
- Zakiyyah, A. M. (2018). *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online "Purchgallery"*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 4 No.1, 63-70.