

DAFTAR PUSTAKA

- Adisti, Novianda, Puji Isyanto, and Neni Sumarni. 2024. "Analisis Pengaruh Program Flash Sale Dan Discount Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Milenial Pengguna Shopee." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (10).
- Afriansyah, Berlian, Upi Niarti, and Tuti Hermelinda. 2021. "Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak Emkm)." *Jurnal Saintifik (Multi Science Journal)* 19 (1): 25–30. <https://doi.org/10.58222/js.v19i1.99>.
- Alamsyah, Nadir, and Saino Saino. 2021. "Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian." *Akuntabel* 18 (4): 624–34. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>.
- Amalia, Ratu Dinar, and Sampurno Wibowo. 2019. "Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom." *E-Proceeding of Applied Science* 5 (2): 571–79.
- Ananda, Anton Ferry, Muhammad Afif, and Fia Sari Wahyuni. 2023. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tirta Sukses Perkasa Pandaan." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5 (2): 131. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.138>.
- Andriany, Dewi, and Mutia Arda. 2019. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millenial." *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)* 6681 (2): 428–33. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.65>.
- Apidana Yordan, and Kholifah. 2022. "Peran Self Control Dalam Memoderasi." *Journal of Digital Business and Management* 1 (1): 26–40.
- Awwaliya Dhiyaus Syamsiyah, and Lia Nirawati. 2024. "Pengaruh Live Streaming , Flash Sale , Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Surabaya." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (5): 5024–36. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2119>.
- Cahyaning Utami, Citra Savitri, Syifa Pramudita Faddila. 2024. "Dampak Flash Sale Dan Diskon Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Fashion Di Shopee." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 6 (4): 1519–31.

- Chamsa, Febia Nisaul. 2022. "Analisis Hukum Islam Terhadap Cashback Di Shopee." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2 (12): 3887–98.
- Dewi, Fitria, Ahmad Soleh, and Rahman Febliansyah. 2024. "The Influence Of Live Streaming And Flash Sale On Impulse Buying Among Shopee App Users In Bengkulu City." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (2): 81–90.
- Efendi, Faisal. 2024. "Tingkat Belanja Online Flash Sale Di Kalangan Guru MTsN 11 Pesisir Selatan Analisis Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10 (1): 717. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11488>.
- Eka Putri, Nurul, and Ambardi Ambardi. 2023. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan)." *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1 (3): 282–94. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1932>.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. 2017. "Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6 (10): 2–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>.
- Fatun. 2024. "Perubahan Kebiasaan Belanja Masyarakat Indonesia Di Era Digital: Peluang Dan Tantangan Ekonomi." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6 (3): 405–17.
- Fauzan, M F, and I Ratnasari. 2024. "Pengaruh Flash Sale, Free Shipping Promotion Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Kalangan Generasi Z Pada Produk Beauty And Care" *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10 (4): 474–85. <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/8555%0Ahttp://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/8555/5238>.
- Fitryani, and Aditya Surya Nanda. 2021. "Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Covid-19 Dalam Mendorong Minat Belanja Masyarakat Sidoarjo." In *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 1:70–79. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v1i1.86>.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Keli. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi keen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal, Muhammad, Arisky Andrinaldo, and Dewi Anggraini. 2025. "Pengaruh

Cashback , Flash Sale , Dan Tagline ‘ Gratis Ongkir ’ Terhadap Impulse Buying Generasi ‘ Z ’ Pada Shopee,” no. 1, 4262–72.

Jannah, Miftakhul, Budi Wahono, and Khalikussabir Khalikussabir. 2022. “Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10 (13).

Kholiq, Jabar, and Arif Fadilla. 2024. “Pengaruh Scarcity Message Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Followers Akun Twitter Shopee Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10 (2): 477–83. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10491431>.

Kusnawan, Agus, Silaswara Diana, Andy Andy, and Sefung Tjong. 2019. “Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang.” *Sains Manajemen* 5 (2): 137–60. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>.

Kusumasari, Indah Respati. 2022. “Pengaruh Flash Sale, Diskon, Dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN ‘Veteran’ JawaTimur).” *Jurnal Bisnis Indonesia* 13 (2). <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i2.3446>.

Lestari, Lina Dwi, and Renny Dwijayanti. 2022. “Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10 (1): 1482–91. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491>.

Maharani, Nurrezky S., and Eny Sri Haryati. 2023. “Efektivitas Petugas Unit Aviation Security (Avsec) Terhadap Keamanan Di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate.” *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health* 1 (1): 7–15. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.27>.

Masnidar, Nasution Leni. 2017. “Statistik Deskriptif.” *Jurnal Hikmah* 14 (1): 49–55.

Muslihin, Heri Yusuf, Aini Loita, and Dea Siti Nurjanah. 2022. “Instrumen Penelitian Tindakan Kelas Untuk Peningkatan Motorik Halus Anak.” *Jurnal Paud Agapedia* 6 (1): 99–106. <https://doi.org/10.17509/jpa.v6i1.51341>.

Norhilaliah, Eka Santi Agustina. 2024. “Pengaruh Program Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna Tiktok Shop (

The Influence Of Flash Sale And Cashback Programs On Impulsive Buying Behavior Among Tiktok Shop Users).” *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga* 6 (1): 51–57.

Nursania Dasopang. 2023. “Jiemas E – Commerce Bisnis Dan Internet.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah JIEMAS* 2:129–35. <https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home>.

Pramesti, Gilda, Azizah Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, and Dika Vivi Widyanti. 2023. “Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Bangun Rekaprima* 9 (1): 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>.

Prathama, Frenky. 2019. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada.” *Agora* 7 (1): 287015.

Priyatno, D. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Purwanto, Nuri. 2020. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. www.penerbitlitnus.co.id.

Putri, Hilwa Amelia. 2024. “Pengaruh Cashback , Flash Sale Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Generasi Z Dalam Perspektif Islam Di Sukoharjo” 3 (01): 188–96.

Ramadhan, Dendi, and Faishal Rahim. 2024. “Pengaruh Pengaruh Flash Sale Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis* 1 (2).

Ramadhanti, Ervina, and Novi Marlina. 2021. “Analisis Strategi Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance -Performance Analysis (Ipa) Service Quality Strategy Analysis Using Method Importance-Performance Analysis (IPA).” *Forum Ekonomi* 23 (3): 431–41.

Salam, Abdul, Atikah Azzahra, Al Haq Kamal, and Febrian Wahyu Wibowo. 2022. “Pengaruh Promosi, Brand Image Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Margoluwih, Sleman).” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 12 (No.2). <http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2022.12>.

Sari, Nurmala, and Andi Indra Martini. 2023. “Pengaruh Flash Sale, Cashback Dan Free Ongkir Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mamuju).” In *Prosiding Seminar*

Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 1:53–60.

Sari, Rahmatika. 2021. “Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7 (1): 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>.

Sari, Vivi Kumala, and Muhammad Irwan Padli Nasution. 2024. “Dampak E-Commerce Terhadap Perkembangan Digital.” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1 (4): 18–24.

Sikki, Nurhaeni, Dadi Priadi, Chaerunnisa Nur Kholifah, and Finna Kharisma Putri. 2022. “Implementasi Etika Bisnis Pelayanan Konsumen E-Commerce Di Era Globalisasi.” *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)* 1:501–14. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/prosiding-konaspol/article/view/2395/691>.

Simanjutak, Owen de. 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* 9 (2): 383–87.

Sinulingga, Nora Anisa Br, Hengki Tamando Sihotang, and M Kom. 2023. *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. Iocs Publisher.

Siregar, Khoiriah Amalia, Tuti Anggraini, and Atika Atika. 2022. “Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik.” *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2 (4): 1006–19. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i4.3772>.

Soleha, Ati Nurjanah, and Hendra Permadi. 2024. “Pengaruh Flash Sale Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee Di Kabupaten Bekasi.” *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia* 2 (2): 56–68.

Sombe, R., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. 2023. “Pengaruh Online Customer Review Dan Diskon Harga Terhadap Online Impulsive Buying Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2022) Ria Sombe.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1 (4): 277–87. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i4.567>.

Suci, Devi Monica, Nurul Akramiah, and Dyajeng Puteri Woro Subagio. 2024. “Peran Special Event Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Shopee.” *Jurnal EMA* 8 (2): 190. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i2.392>.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*.

Yogyakarta: Penerbit dan Percetakan CV Andi Offset.

- Surokim. 2016. "Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi." *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur*, 285. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/Buku-Riset-Komunikasi-Jadi.pdf>.
- Suryani, Popong, Yoyok Cahyono, and Berliana Dita Utami. 2020. "Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia." *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 1 (1): 70–82. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>.
- Susanti, Leni, Teguh Purwanto, and Panca Kurniati. 2022. "Peran Religiusitas Sebagai Pemoderasi Hubungan Diskon Dengan Impulse Buying." *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 9 (3): 221–30. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v9i3.3265>.
- Susilawati, Eka, Estik Hari Prastiwi, and Yulyar Kartika. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5 (1): 1. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.131>.
- Syarifuddin, Jamaluddin Bata Ilyas, and Amar Sani. 2021. "Pengaruh Persepsi Pendidikan Dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Di Kota Makassar." *Bata Ilyas Educational Management Review* 1 (2): 55. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/102>.
- Trimulyani, Sulistining. 2022. "Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening Pada Lazada Di Masa Pandemi Covid-19." *Liaison Journal Of Best. Universitas Gunadarma Depok* 1 (2): 47–58.
- Trirahayu, Anggun Adella, and Berlian Primadani Satria Putri. 2019. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Amazingtasikmalaya Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Objek Wisata Tasikmalaya the Effect of Social Media Instagram @Amazingtasikmalaya on the Interest of Followers To Visit Tourism Place in Tasikmalaya." *E-Proceeding of Management* 6 (2): 4997–5006. <https://jabar.bps.go.id/>.
- Wangi, Laura Pandan, and . Sonja Andarini. 2021a. "Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee." *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5 (1): 79–91. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.

- . 2021b. “Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5 (1). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.
- Warnerin, Gita, and Renny Dwijayanti. 2020. “Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8 (2): 896–903. www.sentrarak.com.
- Wirapraja, Alexander, and Handy Aribowo. 2018. “Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis.” *Teknika* 7 (1): 66–72. <https://doi.org/10.34148/teknika.v7i1.86>.
- Yanti, Aris Indri, and Oryza Rully Adhiyani. 2021. “Analisa Pengaruh Iklan, Cashback Dan User Friendly Terhadap Impulse Buying Konsumen Dompot Elektronik Ovo Di Surakarta.” *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)* 5 (2): 97–109. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.109>.
- Yunita, Nourma, and Dian Fahriani. 2020. “Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Bphtb Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo.” *Greenomika* 2 (2): 130–41. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2020.02.2.6>.

