

DAFTAR PUSTAKA

- Accurate.id. (2021). *Flash Sale Adalah Strategi Pemasaran Untuk Mempercepat Pembelian*. Accruate.Id.
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Ardin, W. N. (2020). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “ Gratis Ongkir ” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), (10). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Arif, M. (2020). Product Quality, Influence of Price and E-Commerce on People’S Buying Interest on Umkm. *International Proceeding of Law and Economic*, 12(15), 104–111.
- Banowati, A. I., Ahmad, A., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee Di Bandar Lampung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 642–648.
- Dana, T. P. (2020). *Dana, T. P. Sampling Methods in Research Design*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Ecopreneur*.12, 4(2), 172–178.
- Dwiyanto, M. G. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Lazada. *Journal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1–131.
- Estikowati, P., Gerry, R., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2022). Influence of Product Quality, Price andPromotion onPurchase Decisions onthe Marketplace Shopee. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 5(4), 2018–2022.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Andi Offset.
- Hidayat, N. (2022). *Shopee Raih Nomor 1 E-commerce Paling Banyak Digunakan di Akhir Tahun 2021, Kalahkan 3 E-commerce Lainnya!* Kedu.Pikiran-Rakyat.Com.
- Ikranegara, D. P. (2017). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak)*. 111.
- Intan Devi, L. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga*.
- Krisnan. (2021). *Berikut Ini 4 Pengertian Metode Kuantitatif Menurut Para Ahli*.
- Madinah, N. F. (2021). *Pengaruh Strategi Marketing Flash sale terhadap Perilaku konsumen dalam Berbelanja online ditinjau dari Perilaku Konsumen Islami (Studi Kasus pada Mahasiswa Rkonomi Islam UII Pengguna Shopee)*. 1–140.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic*. 5(2), 157–166.
- Mujahidah, I. K. (2019). *Keputusan Pembelian E-Commerce Ditinjau Dari Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Eprints.Ums.Ac.Id.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nazuroh, L. U., Basalamah, M. R., & Rahmawati. (2016). *Pengaruh Flash Sale*

dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. 82–94.

- Nugroho, U. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. CV. Sarnu Untung.
- Pahlevi, R. (2022). *Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pratama, B. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis). *Dalam Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
- Pulungan, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)*.
- Putra, M. N. D. (2018). Pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pelanggan online shop shopee di kota Yogyakarta). *Skripsi Dipublikasikan*, 126.
- Putri, M. T. (2022). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Pekanbaru) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Sukendra, I. komang, & Surya Atmaja, I. kadek. (2017). Instrumen Penelitian. In *Journal Academia*. Mahameru Press.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- 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. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*.
- Wikipedia Bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (2022). Shopee. *Wikipedia*.
- Wiku, R., Hartono, & Subagja, G. (2021). The Effect of E-Trust and E-Service Quality in Online Repurchase Interest of TIX ID (Survey on TIX ID Application User in Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis, 1*, 212–221.
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3*(4), 399–410.