

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Hasda, S. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Ainurrohmah Permata, M., Iswati, & Pranata, E. (2024). Pengaruh *Live streaming*, *Flash Sale*, dan *Review Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya*. *Jurnal Neraca: Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(9), 647–668.
- Andani, M., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). *Preferensi Konsumen Muda Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)*. 3, 370–379.
- Asih, E. M. (2024). *Analisis pada Shopee sebagai E-commerce Terpopuler di Indonesia*. 2, 73–79.
- Cahyadi, L. (2019). *The Effect Of Flash Sale And Free Shipping Promos On Purchase Decisions On E-Commerce Shopee (Case Study of STIE Bina Karya Tebing Tinggi Students)*. 197–210.
- Ermansyah. (2024). *The Influnce E-commerce Shopee Strategic Online Purchasing Decision Generation Z in Panam Pekanbaru*. 2(1), 94–101.
- Firulla, A. R. E., Soeprajitno, E. D., & Widodo, M. W. (2023). *Analisis kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee*. 2, 803–813.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I., & Hasan, M. (2021). *Perilaku Konsumen*.
- Janie, D. (2019). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss*.
- Kamanda, Shandrya Victor, F. E. (2023). *Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. 2(1), 1–7.
- Mahfudzoh, F., Zulistiani, & Damayanti, S. (2024). *Pengaruh Shopee Live , Gratis Ongkir Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri)*. 3, 970–977.
- Nofiana, I., Samari, & Sardanto, R. (2022). *Analisis Harga, Online Customer*

Review, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee. 874–884.

Nosaly, F. S., & Andriana, A. N. (2024). *Pengaruh Promo Tanggal Kembar , Gratis Ongkos Kirim , Metode Pembayaran S-Pay Later Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee.* 5(3), 398–408. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5923>

Putra, E. W., & Yulianto, E. (n.d.). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang).* 38(2), 184–193.

Putri, N. E., & Ambardi, A. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan).* 1(3).

Rahmadani, V. A., & Cempena, I. B. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).* *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(1), 75–85. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2254>

Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, 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).* 322–328.

Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). *Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-commerce Shopee.* *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*

Syifa Nurul Aulia, Indra Satria Nugraha, Alifia Fatimatun Nazya, Muhammad Dito Marcelino, Adi Prehanto, & Btari Mariska Purwaamijaya. (2023). *Korelasi Event Tanggal Kembar Terhadap Daya Minat Beli Masyarakat di Shopee.* *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 141–148. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i1.711>

Tawasuli, L., & Kholifah. (2023). *Korelasi Special Event Day Tanggal Kembar.* 2(2), 91–96.

Waani, C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). *Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Dan The Botol Sosro (Studi*

Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat)Jurnal Emba Vol . 10 No . 1 Janauri 2022 , Hal . 1004-1013 Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pe. 10(1), 1004–1013.

Wangi, L. P., & . S. A. (2021). 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>