

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda & Muhammad. (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. Vol 9 No 17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Amalia & Wibowo. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada *E-commerce Shopee*). e-Proceeding of Applied Science. Vol.5, No.2
- Ardhini, Z. (2023, Maret 8). *Pengertian Skala Likert, Metode, dan Contohnya untuk Penelitian*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya-untuk-penelitian>
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Durmuş, P. B. (2015). Exploring Antecedents of Private Shopping intention : The Case of Turkish Apparel Industry. *European Journal of Business and Management*, 7(12), 64–78.
- Edwin, L.& Fauzi, Achmad DH. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 58 No. 1.
- Fitryani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran *Impulsive Buying* Saat *Live streaming* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *E-commerce Shopee*). *Jurnal Masharif al-Syariah*, 524-555.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hertanto, A. D., Sulhaini, & Edi, H. L. (2020). *Effect of Flash sale Method, Product Knowledge and in Home Shopping Tendency Toward Consumer Online*

Purchase Decisions. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences, 102(6), 97–107. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-06.12>

- Khalikussabir, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja *Online* (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 71–78.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rintasari, D. 2020. Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Situs *E-commerce C2c Shopee* Di Kabupaten Sleman). Semarang; Universitas Diponegoro.
- Ryan Ari Setyawan, Yumarlin Marzuki. (2018). Survey Video Aplikasi *Live streaming* dan *Chat* di Kalangan Pelajar, *Jurnal Seminar Nasioanl Edusainstek*, 187-188.
- Sari, V.N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon dan Iklan *Shopee* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Wiwaha*, 1-55.
- Saputri, Septia I., Ema Nurzainul H., Rino Sardanti. (2022). Pengaruh *Flash sale* , *Customer Review*, Dan Gratis Ongkos kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shopee*. Jawa Timur; Univesitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta,Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zakiyyah. (2018). Pengaruh *Flash sale* Terhadap Pembelian Impulsif *Online* Pada Toko *Online 'Pulchgallery*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 63-70.