

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P. and Yuesti, A. (2019) *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1*. Ke 1. Edited by I. N. Suardhika. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Ahdiat, A. (2023) *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?*, *databoks.katadata.co.id*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain> (Accessed: 11 October 2023).
- Amelia, R. (2019) *'Pengaruh Cashback dan Promo Buy 1 Get 1 Terhadap Impulsive Buying pada Lupalup Bubble Drink Plaza Medan Fair'*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Unggul LP2M Medan, 6(1), pp. 14–20.
- Andriani, M. (2023) *'Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening'*, *Skripsi*.
- Artada, Y. (2023) *Shopee Live, Platform Live Streaming yang Paling Sering Digunakan untuk Belanja*, *jpn.com*. Available at: <https://www.google.com/amp/s/m.jpn.com/amp/news/shopee-live-platform-live-streaming-yang-paling-sering-digunakan-untuk-belanja> (Accessed: 25 October 2023).
- Chaffey, D. and Chadwick-Ellis, F. (2019) *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice. Seventh Ed, Digital Marketing*. Seventh Ed. Available at: www.pearson.com/uk.
- Farchina, I. *et al.* (2022) *'Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana peranan self-control?'*, *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), pp. 385–394.
- Firmansyah, A. (2020) *Komunikasi Pemasaran. Cetakan Pe, Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. Cetakan Pertama. Edited by T. Q. Media. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriyani, Nanda, A. S. and Aristyanto, E. (2021) *'Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee)'*, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), pp. 542–555.

- Janna, N. M. and Herianto (2021) '**Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS**', Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI), (18210047), pp. 1–12.
- Jannah, M., Wahono, B. and Khalikussabir, K. (2022) '**Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee**', Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10(13), pp. 38–51. Available at: www.indotelko.com.
- Kurniawan, J. (2021) '**Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park**', Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata, 4(1), pp. 12–16. doi: 10.32528/sw.v4i1.4400.
- Lianovanda, D. (2022) **Apa Itu Flash Sale? Yuk, Ketahui Pengertian dan 8 Cara Menjalankannya!**, Skill Academy by Ruang Guru. Available at: <https://blog.skillacademy.com/flash-sale-adalah> (Accessed: 4 October 2023).
- Nafisah, D. (2019) '**Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Kuota di Tinjau dari Kontrol Diri dan Gaya Hidup**', 45, p. 45.
- Nighel, S. and Sharif, O. O. (2022) '**Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif E-Commerce Shopee Di Jawa Barat The Effect Of Flash Sale On Impulse Purchase Of Shopee E-Commerce In West Java**', e-Proceeding of Management, 9(3), pp. 1335–1344.
- Purba, D. and Purba, M. (2022) '**Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression**', Citra Sains Teknologi, 1(2), pp. 97–103.
- Rahmawati, N. F. (2022) '**Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian**', Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Jalan.
- Ratnawati (2023) '**Pengaruh Discount, Live Streamer, dan Customer Trust terhadap Impulse Buying pada Live Streaming Commerce**', TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurship), 1(1), pp. 15–22. doi: 10.61245/techbus.v1i1.6.
- Renita, I. and Astuti, B. (2022) '**Pengaruh Program Flash Sale terhadap Pembelian Impulsif dan Shopping Enjoyment pada Mahasiswa di Yogyakarta**', Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 01, pp. 109–120.
- Septiana, I. and Widyastuti, W. (2021) '**Pengaruh Sales Promotion, Product**

- Quality, dan Hedonic Behavior pada Impulse Buying*’, Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), p. 698. doi: 10.26740/jim.v9n2.p698-707.
- Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi Kedu. Edited by Sutopo. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhyar, S. V. and Pratminingsih, S. A. (2023) *‘Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific’*, Management Studies and Entrepreneurship Journal, 4(2), pp. 1427–1438.
- Tumanggor, S., Hadi, P. and Sembiring, R. (2022) *‘Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan)’*, Journal of Business and Banking, 11(2), p. 251. doi: 10.14414/jbb.v11i2.2733.
- Wangi, L. P. and Andarini, S. (2021) *‘Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee’*, Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 5(1), pp. 79–91. doi: 10.35308/jbkan.v5i1.3424.
- Yati, R. (2023) *‘Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang’*, Bisnis Tekno, 8 March. Available at: <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Zakiyyah, A. M. (2018) *‘Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery”’*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 4(1), pp. 63–70. doi: 10.32528/jmbi.v4i1.1716.