

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. D. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum Merek "Onix" Di E-Commerce "Shopee."*
- Alfian, M., & Wahyuni Amelia, R. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Panca Pilar Engineering Jakarta Selatan. *Jorapi: Journal Of Research And Publication Innovation*, 2(1), 100–109. [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/JOAIIA/Index](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/JOAIIA/Index)
- Amalia, F. R., Sulistyani, A., & Abdurrazaq, M. N. (2024). Pengaruh Gaya Komunikasi Dosen Terhadap Motivasi Mahasiswa Lulus Tepat Waktu. *Journal Of Islamic Studies*, 2(2), 222–228. [Https://Doi.Org/10.61341/Jis/V2i2.081](https://Doi.Org/10.61341/Jis/V2i2.081)
- Amrudin, Priyanda, R., & Agustina, T. S. (2022). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). Pradina Pustaka.
- Awalya, S. S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen "Merek Azarine" (Pada Generasi Z Bekasi). *Jurnal Economina*, 2(10), 2704–2721. [Https://Doi.Org/10.55681/Economina.V2i10.895](https://Doi.Org/10.55681/Economina.V2i10.895)
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Disdukcapil. (N.D.). *Grafik Pertumbuhan Penduduk Kota Surabaya*. 2025. Retrieved December 30, 2025, From [Https://Disdukcapil.Surabaya.Go.Id/Beranda/Statistik/](https://Disdukcapil.Surabaya.Go.Id/Beranda/Statistik/)
- Erwin, S. (2023). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Di Yogyakarta*.
- Fadhilah, K. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(7). [Https://Tekno.Kompas.Com](https://Tekno.Kompas.Com)
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka. .
- Fiddriyani. 2025. Pengaruh Beauty Influencer, Content Marketing Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. [Https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/91041/](https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/91041/)
- Glad2Glow. (2026). Glad2Glow Company Profile. LinkedIn. [Https://Www.Linkedin.Com/Company/Glad2glow/](https://Www.Linkedin.Com/Company/Glad2glow/)
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Ip56eaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=PA1&Dq=Minat+Beli&Ots=Dx6vXvdIYt&Sig=9otrm7nrqjyjh7xz5bm-Oo-Pixw&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Minat%20beli&F=False](https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Ip56eaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=PA1&Dq=Minat+Beli&Ots=Dx6vXvdIYt&Sig=9otrm7nrqjyjh7xz5bm-Oo-Pixw&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Minat%20beli&F=False)

- Hutapea, N., & Ghozali, I. (2022). Pengaruh Rotasi Rekan Kerja Auditor, Spesialisasi Industri Auditor Dan Family Ownership Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 2022.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Diskon *Flash Sale*, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. [www.Fe.Unisma.Ac.Id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2025, February 19). *Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang*. . [IkM.Kemenperin. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang>](https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang)
- Kumala Sari, D., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2025). *Analisis Pengaruh Bersama Flash Sale, Citra Merek, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Shopee Pada Generasi Z*. 4. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/8060/5600>
- Kuncoro, H. (2023). *Statistika Deskriptif Untuk Analisis Ekonomi*. Bumi Aksara.
- Kusumasari, I. R. (2022). Pengaruh *Flash Sale*, Diskon, Dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur). *JB I (Jurnal Bisnis Indonesia)*.
- Larosa, N. Y., Gimin, G., & Haryono, H. (2023). Studi Perbandingan Minat Belajar Antara Mahasiswa Laki-Laki Dengan Perempuan Program Studi Ppkn FKIP Universitas Riau. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5475-5487.
- Lestari, E. (2024). Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133–138. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13491>
- Lestari, S., Prastyatini, Y., & Ramadhanti, S. (2023). Pengaruh Diskon *Flash Sale* Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 14(04).
- Martaleni, M., Hendrasto, F., Hidayat, N., Dzikri, A. A., & Yasa, N. N. K. (2022). *Flash Sale And Online Impulse Buying: Mediation Effect Of Emotions*. *Innovative Marketing*, 18(2), 49–59. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.05](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.05)
- Maulana, R. S., Tegar, M., Seiya, S. A., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Mesti. (2025, November 10). *Harga Glad2Glow Satu Paket, Skincare Terpopuler Yang Sering Dipakai Gen Z* © *Harga Glad2Glow Satu Paket, Skincare Terpopuler Yang Sering Dipakai Gen Z*. [Jawaupdate.Com. <https://www.jawaupdate.com/2025/11/harga->](https://www.jawaupdate.com)

Glad2glow-Satu-Paket-Skincare-Terpopuler-Yang-Sering-Dipakai-Gen-Z.Html

- Norhilaliah, & Agustina, E. S. (2024). Pengaruh Program *Flash Sale* Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Administrasi Niaga*, 6.
- Nurhaswinda, Zulkifli, A., Gusniati, J., Septi Zulefni, M., Aldania Afendi, R., Asni, W., & Fitriani, Y. (2025). Tutorial Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 3093–8113.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Oktavyana, K., Habra, M. D., Fikri, M. H., & Siregar, H. (2024). Jurnal Mirai Management Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, Dan *Flash Sale* Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop Pada Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam). *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 1016–1024.
- Pindari, R. A., & Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Pramesta, N. R., Natania, C. M., Izdihar, A. H., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Strategi *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Dan Perilaku Impulsif Mahasiswa Its. *JURSIMA*, 10(3).
<https://ejournal.stmikgici.ac.id/>
- Primastika, E. A. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Setting Spray Sea Makeup*. <https://repository.upnjatim.ac.id/35999/>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2).
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Pt. Matahari Department Store In Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Rahmayunita, H., & Alvinasari, D. (2025, May 13). *4 Rangkaian Skincare Glad2Glow Untuk Mencerahkan Wajah, Murah Meriah Mulai Rp37 Ribuan*. Suara.Com.
<https://amp.suara.com/lifestyle/2025/05/13/182344/4-Rangkaian-Skincare-Glad2glow-Untuk-Mencerahkan-Wajah-Murah-Meriah-Mulai-Rp37-Ribuan>
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Penerbit Nem.
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1).

- Saputra, A. L., & Aprilia, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.56916/Jimab.V2i1.344>
- Satya Pratama, E., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh *Flash Sale* Promotion Dan Discount Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Seminar Nasional & Call For Paper*.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1>
- Sudariana, N., & Yoedani. (2021). *Analisis Statistik Regresi Linier Berganda*. <https://seniman.nusaputra.ac.id/index.php/seniman/article/view/40/18>
- Suhardi, M. (2023). *Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Edu Research*, 5(3).
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama, Ed.; Cetakan Pertama). UIR PRESS.
- Supriyatna, N. (2025). Pengaruh Promosi *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Pada *E-Commerce* Shopee. *Islamic Economics & Financial Journal*, 4, 100–109. <https://doi.org/10.56672/Assyirkah.V4i1.382>
- SYARIFUDDIN, & SAUDI, I. AL. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss*. Bobby Digital Center.
- Wafa, I. (2025, August 2). *10 Brand Skincare Terlaris Di Shopee Indonesia 2025, Mana Favoritmu?* [Data.Goodstats.Id. https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-skincare-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-9jroa#goog_rewarded](https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-skincare-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-9jroa#goog_rewarded)
- Wardi, Y. (2022). The Influence Of Live Sale And *Flash Sale* On Repurchase Intention In The New Normal Era On Shopee Customers In Padang City. *Banking And Management Review*, 11.
- Widodo, P. W. (2025, August 14). *Survei APJII 2025: Shopee Jadi Toko Online Terfavorit Orang Indonesia*. [Style.Kontan.Co.Id. https://style.kontan.co.id/news/survei-apjii-2025-shopee-jadi-toko-online-terfavorit-orang-indonesia](https://style.kontan.co.id/news/survei-apjii-2025-shopee-jadi-toko-online-terfavorit-orang-indonesia)
- Widodo, S., Ladyani, F., & Asrianto, L. O. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. 9(3), 1058–1068.