

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, S. N., & Rosyidi, S. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Customer Rating dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48-60.
- De Pinto Simanjuntak, O. 2022. PENGARUH FLASH SALE PROMOTION DAN DISCOUNT TERHADAP ONLINE IMPULSIVE BUYING (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. 2022. Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>
- Dzaki, H., Robiah, S., & Stiawan, D. 2023. Pengaruh Flash Sale, Kemudahan, dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Platform Marketplace. *BISMA: Business and Management Journal*, 1(01), 42-51.
- Fatmala, K. F. A., & Pamikatsih, T. R. 2024. Pengaruh Customer Review, Flash Sale Promotion Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Surakarta. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 290-309.
- Ferdinand, 2015. Metode Penelitian Manajemen dengan SEM: *Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gallo, I., Townsend, C., & Alegre, I. 2020. Experiential product framing and its influence on the creation of consumer reviews. *Journal of Business Research*, 98, 177–190. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.007>
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. 2022. Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14-22.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R. (2022). *Impact Of Social Media Marketing Features On Consumer's Purchase Decision In The Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator*. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102.
- Ichsannudin, I., & Purnomo, H. 2021. Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.

- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. 2022. Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(13).
- Kedaton, M. S., Purwanto, H., & ... 2022. Pengaruh Promosi Flash Sale Dan EWom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi SIMBA: Seminar Inovasi <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3563>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). „Marketing management’, New Yersey: Prentice Hall.
- Nazuroh, L. U., Basalamah, M. R., & Rahmawati, R. 2022. Pengaruh Flash Sale Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(05).
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. 2021. Pengaruh online customer review, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (Studi kasus pada mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Malafitri, N., Sujarwo, M., & Murdiati, S. 2022. Analisis Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal di Marketplace Shopee. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 21-34.
- Marpaung, I. 2022. Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktoshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT*, Vol. 9(3), hlm. 1477- 1491.
- Praestuti, C. 2020. Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Prasetya, E. H., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. 2024. Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, Dan Gratis Ongkos Kirim, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Erigo Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Konsumen Erigo Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1455-1465.
- Putri, Y. G., Hidayati, N., & Rizal, M. 2022. Pengaruh Customer Review, Customer Rating dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(02).
- 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). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(1), 75-85.
- Rizal, A. F. A. 2024. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Diskon Flashsale dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Diskon Flashsale dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4239-4253.
- 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
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, E. 2021. Analisis Pengaruh *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). Diponegoro *Journal of Management*, 10(3), 1–109. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Beliya, E. 2022. Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927>
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. 2022. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623-635.