

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, Supriti, & Sareen, S. A. (n.d.). Flash Sales – The Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1), 192–195. 2016.
- Buku Panduan Skripsi. 2019. ITBAD.
- BPS. (2019). *Statistik E-Commerce 2019*. Jakarta: BPS Indonesia.
- Effendi, R. (2010). *Metode Penelitian*. Radar Bandung.
- Harahap, D. A. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan IndoTelko. (2020, Juli 3). Shopee Menjadi E-Commerce Favorit di Tengah Pandemi. Diakses Pada August 4, 2020, from <https://www.indotelko.com/read/1593747786/shopee-ecommerce-pandemi>
- IndoTelko. (2020, Juli 3). Shopee Menjadi E-Commerce Favorit di Tengah Pandemi. Diakses Pada August 4, 2020, from <https://www.indotelko.com/read/1593747786/shopee-ecommerce-pandemi>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler Philip et.al. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Edisi I* Yogyakarta : Buku Dua.
- Nugroho J. Setiadi. (2018). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta.
- Pratiwi, Y. R. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru*. JOM FISIP Vol. 4. No. 1-Februari 2017.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roykhanah, S. (2018). “Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya”. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Ampel Surabaya:

Surabaya.

Rusman, T. (2015). *Statiska Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta:Graha Ilmu

Sugiono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, Prof Dr. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Zakiyyah, A. M. (2018). *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchgallery”*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* , Vol. 4 No.1, 63-70.