

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Anggaranie, G. (2017). Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya. *Jurnal SupplyChain*, 1–4. www.SupplyChainIndonesia.com
- Anggraini, N. A., & Pradananta, G. (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1438–1445.
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>
- Inri Yani, & Sutarni Sutarni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 270–284. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i2.1945>
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51. www.indotelko.com
- Paramitha, D. (2022). Analisis Metode Pembayaran Paylater Dari Dimensi Kepercayaan, Keamanan, Perilaku Belanja Kompulsif Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(4), 836–852.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Puspitasari, A. V., & Kusuma, Y. B. (2024). *Interest In Purchasing Scarlett Whitening Products (A Case Study Of Consumer Behavior Regarding Scarlett Whitening Products On Tiktok Social Media) Pengaruh Korean Wave , Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Minat Pembelian Produk Scarlett Whitening (. 5(2), 3231–3241.*
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rohmawati, R. N., Herry, A., & Jika, S. (2023). *Pengaruh Flash Sale dan Tagline “ Gratis Ongkir ” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Kalangan Mahasiswa Pendidikan*

Ekonomi Universitas PGRI Semarang Tabel 1 Data Kunjungan E-Commerce di Indonesia. 03(02), 324–333.

- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jesya*, 7(1), 970–980. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1505>
- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh Sistem Paylater Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1538–1548.
- Stephanie, S., Syawaluddin, S., Putra, A., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth dan Customer Relationship Management Terhadap Minat Beli Ulang PT. Hasana Makmur Sejati Jaya Medan. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 944. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.574>
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate.Net*, December, 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/311650384>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Zhabrina Dude, N., Amir Isa, R., & L. Ismail, Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater Dan Flashsale Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Nurjihan Zhabrina Dude, Ramlan Amir Isa, Yulianda L Ismail*, 5(3), 7. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3067>