

DAFTAR PUSTAKA

- Ani Lestari, E. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol. 54 No. 1*, 76.
- Ardin, W. N. (2020). Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online.
- Ariani, A. (2018). Pengaruh Tampilan Dan Konten Terhadap Efektivitas Promosi Melalui Website Pada Pt. Elegant Tour And Travel Medan. *Jurnal Media Wisata, Volume 16, Nomor 2*.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.5, No.2*,.
- Devi, L. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.
- Fadhilah, C. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Generasi Millennial Pada Platform E-Commerce Tokopedia Di Kota Palembang.
- Haji, D. (2018). Pengaruh Efektivitas Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Transportasi Ojek Online Uber Di Surabaya.
- Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat.
- Kala, N. (2020). Pengaruh Price Conscious Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Promosi Penjualan Berupa Ongkos Kirim Dan Flash Sale Sebagai Pemoderenisasi .

- Kaur, V. (2017). *Flash Sales Impact On E-Commerce Business*. Bawana Road, Delhi 110042: Delhi Technological University.
- Lisda Yunita, S. S. (2016-2017). Pengaruh Efektifitas Promosi Above The Line Dan Below The Line Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Bri Syariah Kk Unisba. *Prosiding Keuangan Perbankan Syariah*, (Pp. 621-625).
- Nellyn Lutur, S. S. (N.D.). Pengaruh Efektivitas Promosi Pada Destinasi Wisata Terhadap Action Wisatawan Dengan Melihat Gender Sebagai Variabel Moderasi Dengan Menggunakan Model Aisas (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Pasir Panjang Kei). *Proceedings 6th Ncab (National Conference On Applied Business)* , (Pp. 196-204).
- Novianti, E. D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume Viii, No. 1,* 90-108.
- Oktari, T. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Sales Promotion Girl (Spg) Pada Konsumen Rokok Pt. Gudang Garam Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penjualan Rokok Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.
- Oktaviani, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek.
- Ramadhan, F. (2019). Motif Utilitarian Dan Hedonik Dalam Perilaku Flashsale.
- Satyendra Kumar Upadhyay, S. S. (2015). Consumer Attitude Towards Online Flash Sales And Its Impact On Etailing. *10th Simsr Global Marketing Conference* (Pp. 100-108). Mumbai: Somaiya Publication.
- Sujata, J. (2017). Impact Of Flash Sales On Consumers & E-Commerce Industry In India.

- Supriti Agrawal, S. A. (2016). Flash Sales – The Game Changer In Indian E-Commerce Industry. *International Journal Of Advance Research And Innovation*, 192-195.
- Umaroh, E. H. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shopee Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery”. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 63-70.