

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, S., & Sareen, S. A. (2016). Flash Sales – the Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1), 343–348. <https://doi.org/10.51976/ijari.411650>
- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 284–291.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *EProceedings of Management*, 8(2).
- Andarini, S. (2021). Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Andriani, M. (2023). *Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Shopee)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370–1379.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181.
- Company. (2023). *Tentang Shopee Indonesia*. <https://www.thecompany.id/tentang-shopee-indonesia/>
- 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). *Eqien*, 9(2), 395717.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal SI Manajemen*, 114.
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56.
- Dhani, R. R., Sumitro, S., & Siregar, Z. M. E. (2021). Analisis Bauran Pemasaran

- 4p's Pada Keputusan dan Kepuasan Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Dan Loyalitas Pelanggan studi Kasus Pada Ukm Kuliner Wardom Pak Ato. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(1), 97–113.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (A. Tejokusumo (ed.); 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(8), 851–863.
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*.
- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. *Emas*, 4(1), 22–31.
- Kominfo. (2021). *Kemajuan Teknologi di Era Saat Ini*. <https://www.kompasiana.com/cantikalulu/609435058ede4866a37f4b53/kemajuan-teknologi-di-era-saat-ini>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management and Brand Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lim, Y. F., & Hu, K. (2022). Online Business and Marketplaces. Available at SSRN 3689037.
- Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand

- Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372–378.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Lusiani, L., & Manggu, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Oriflame. *UMMagelang Conference Series*, 525–542.
- Manalu, M. O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Parfum Oriflame Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Kota Medan.
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 400–409.
- Maulana, S., Puspita, N., & Erfinda, Y. (2022). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Social Event Package Di Art Deco Luxury Hotel & R. docx. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 10(1), 69–84.
- Maulida, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Hypermart Semarang (*Studi Pada Konsumen Hypermart Paragon Mall Semarang*). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Ongkowijoyo, T. E. (2022). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction and Repurchase Interest at Cipork Keriyuk (Cab. G-Walk). *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 11–23.
- Otovianti, D., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembeli Di Wendy's. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(3), 134–146.
- Peter, J. ., & Jerry, C. . (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Salemba Empat.
- Prakoso, A. W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Priansa, D. J. (2017). *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSAINGAN BISNIS KONTEMPORER*. ALFABETA, CV.

- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147.
- Purnawarman, A. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Cafe terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Cafe Portobello Sumurboto Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 109–117.
- Puspita (2019), pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang menggabungkan berbagai elemen bauran pemasaran dengan menghindari toko retail dan penjualan pribadi, yang biasanya dijual terpisah kepada konsumen dan bisnis lain.
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 744–756.
- Putri, V. A., Arifin, R., & Rahman, F. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 511-518.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget delicy. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(2), 162–170.
- Putri, S. N., & Wasito, S. E. (2021). *Pengaruh Shopping Experience, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce Lazada. Co. Id Di Nyengseret Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59-70.
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 268–279.

- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh ekuitas merek, atribut produk dan direct marketing terhadap keputusan pembelian mobil toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendeand. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 47–56.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Shopee. (2019). *Tentang Shopee Live*. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/18646>
- Simanjuntak, R. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Merek Zara Cabang Senayan City Jakarta Pusat. *Labs: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 27(1), 72–74.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi Edisi 2*. ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Pemasaran esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Trisnayani, P. E., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Product Quality, Brand Image Dan Location Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Restoran Happy Chappy Cunggu Plaza. *Emas*, 4(1), 147–160.
- 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(1), 1512–1525.
- Zeky Ricardo, Sutarno And Dewi Anggraini, 2022. Analisis Kualitas Produk Di Pt. Adi Kuasa Gasindo Medan. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), Pp.224–232. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V1i2.588>.