

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rara Anindya Vega. “pengaruh *E-Commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa kraden kecamatan jetis kabupaten ponorogo” (skripsi institut agama islam negeri ponorogo 2022).
- Annur, Cindy Mutiara., Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022“, 23 Maret 2022 ,
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/03/23/Ada-2047-JutaPengguna-Internet-Di-Indonesia-Awal-2022.>”
- Arif Saputra, “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Toko Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syari’ah Angkatan 2016 IAIN Kediri)”, (Kediri: IAIN Kediri, 2020).
- Chalisa, Devia. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (2021).
- Fatmawatie, Naning. *E-Commerce* Dan Perilaku Konsumtif, Kediri: IAIN Kediri Press, 2022.
- Kanuk, Schiffman, “Persepsi Kualitas, Consumer Behavior, New Jersey (Perason Prestice Hall)”, 2000.
- Kotler, hilip dan Gary Amstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: PT. Salemba Empat, 1997.
- Kurnia, Tesa. “Dampak Terpaan *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN SUSKA Riau” (2020).
- Lam Alif Saputro, F. Y. Khosmas, M. Basri, “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak”, Jurnal Vol 1 No 1. 2021
- Mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz, and Leliya. *E-Commerce* Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim, Cirebon: CV. Elsi Pro, 2020).
- Muhammad Ridwan, “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan”, j- EBIS Vol. 3 No. 2 Juni 2018
- Nigle, Syafna dan Osa Omar Sharif. “Pengaruh Flash sale terhadap pembelian impulse E-commerce Shopee Di Jawa Barat,”e-proceeding of

management, Vol. 9, no.3, juni 2022.

Nugraha, Jefri Putri, dkk, “Teori Perilaku Konsume”, Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Managemen, 2021.

Nurkhasanah, Umi dan Saifuddi. “Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo”, E-ISSN: Vol.2 No.1 Desember 2021

Nurul Wahida Aprilya, Idris Parakkasi, Sudirman, "Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam", Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 7 No. 2 (juli, 2024).

Nurliyani, Hani dkk, *E-Commerce*, Jawa Barat: Laboratorium Manajemen Menengah, 2020.

Priansa, Donni Juni, “Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer”, Bandung:Alfabeta, 2017.

Purwanto, Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah, Purworejo: Staia Prees, 2019.

Putri, Meissy Triana.”Pengaruh Flash sale dan tagline gratis ongkir terhadap perilaku impulsive buying pada marketplace shopee,” Skripsi, Universitas Islam Negeri sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2022.

Reza, Heru Kreshna dkk. Perilaku Konsumen, Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.

Ridwan, Muhammad. “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)” j- EBIS Vol. 3 No. 2 Juni 2020.

Santi, Eka Agustina, “ Pengaruh Progam Flash sale dan cashback Terhadap Perilaku Implusive Buying pada pengguna tiktok shop”, (jurnal administrasi niaga, Vol. 3, No. 2, 2023): 53.

Setiawan, Budi. Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda 2 Variabel Bebas, Yogyakarta: ANDI, 2019.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2015.

Syauqi, Ahmad. Lubis, Arif Fauzi, dan Atika.” Pengaruh *Cashback*, Flash Sale, Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z

- Pada Shopee”Jurnal Manajemen Akuntansi, Vol. 2, No. 4, Oktober 2022
- Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember,2020).
- Utami, Christina Whidya, “Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Moderen”, Jakarta, Salemba Empat, 2015.
- Wahyudi, “Pengaruh *Flash sale*, *Cashback* dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim” Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022
- Wangi, Laura Pandan dan Andarini, Sonja.“Pengaruh Flash Sale dan *Cashback* terhadap Perilaku Impulse Buying pada pengguna Shopee,”jurnal bisnis dan kajian sttrategi manajemen, Vol.5, No.1, 2021.
- Widodo, Rizki.“Pengaruh gratis ongkos kirim, flash sale, dan cash on delivery, terhadap keputusan pembelian di toko online shopee pada masyarakat kelurahan simpang baru kecamatan binawidya kota pekanbaru,” Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022.
- Wikipedia.org. shopee.wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. Diakses pada 12 agustus 2024, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> .
- Zakiyyah, Amalina Maryam.”Pengaruh *Flash sale* terhadap pembelian impulse buying online pada toko online Pulchra Gallery,”Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Vol.4, No.1, Juni, 2022.
- Zuhairi, Dkk, Pedoman Penulisan Skripsi, Metro: IAIN Metro, 2018.