

REFERENCES

- Muza. (2019), strategi harga: pengertian, pengaruh dan startegi harga, <https://www.calonmanejer.com/2019/07/strategi-harga-pengertian-pengaruh-dan.html>, Accessed 07th July 2019
- Saretta, I.R. (2021), Mengenal Beragam Jenis E-Commerce, Manfaat, dan Cara Mengelolanya bagi Pebisnis Online, <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-beragam-jenis-e-commerce-manfaat-dan-cara-mengelolanya-bagi-pebisnis-online>, Accessed 14th January 2021
- Darmawan, D. (2013) Metode Penelitian Kuantitatif, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Devic, S. (2020) Persepsi Konsumen Terhadap *flash sale* belanja *online* dan pengaruhnya Pada keputusan pembelian, jurnal bisnis terapan, e-ISSN 2597-4157, Volume 04 nomor 01, 47-55
- Agung, W. (2020), Pengertian Online Shop | Manfaat, Kelebihan, Kekurangan: <https://dianisa.com/pengertian-online-shop/>, Accessed 18th November 2020.
- Faradilla, A. (2021), Apa Itu eCommerce? Pengertian dan Cara Sukses Bisnis eCommerce, <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-e-commerce>, Accessed 04th August 2021.
- Muchlisin, R. (2020). Keputusan Pembelian Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan: <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>, Accessed 30th May 2020.
- Serafica, G. (2020), Harga: konsep, tujuan, dan metode penetapannya: [https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya-page=all), Accessed 24th January 2020.
- Nabilah, F. (2020). The Effect of Advertising Attraction and Brand Embassy on Shopee Purchase Decisions. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*.

- Nasution, H.F. (2018) Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidempuan), *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, e-ISSN : 2549-9270, Volume 4 Nomor 1, 26-30
- Pardede, M. (2014): Uji t, Uji f, dan Uji Koefisien determinasi (Online), Available: From: <https://www.google.com/search?btnG=1&pws=0&q=HASIL%20UJI%20F%20MENURUT%20PARDEDE>, Accessed 11th December 2020.
- Awwabin, S. (2021) Kerangka Berpikir: Pengertian, Cara Membuat, dan Contoh Lengkap: <https://penerbitdeepublish.com/kerangka-berpikir/>, Accessed 22th March 2021.
- Rismawati, R., Rinovian. (2020) Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Bekasi. (online). http://ejournal.ibm.ac.id/wp-content/uploads/2021/03/2.-Jurnal_Rismawati-Pengaruh-Flash-Sale-Terhadap-Pembelian.pdf, Accessed 29th April 2021.
- Sangadji, dkk (2013) “*Perilaku Konsumen Pendekata Praktis*” Andi Yogyakarta
- Selviana, S., Retno, B. (2019) Pengaruh Sikap Belanja *Online* Terhadap *Trust* Melalui Mediator Kepuasan Pelanggan. (online). <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/439/321>, Accessed 14th June 2020.
- Sonya, Z., Rahmiati., dan Yunita. (2018). The Influence of Perceived Risk and Perceived Ease of Use on Consumer’s. *International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship*.
- Sudaryono. (2016) *Manajemen Pemasaran*, C.V Andi Offset , Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Administrasi dengan Metode R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. (2016) Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D, Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018) Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2011) Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V., Wiratna. (2014) Metodologi Penelitian, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sulistiowati, I. (2018) Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online(Studi Kasus pada online shop grostas import Batam), JIM UPB.
- Taufik, A. M. I. (2020) Pengaruh Persepsi Harga, Keterlibatan Produk, dan Tekanan Waktu terhadap Minat Beli *Flash Sale* di Shopee. (online). <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2158>, Accessed 29th April 2021
- Yuniarti, S. (2018) Big sale <https://business-law.binus.ac.id/2018/06/30/big-sale/>, Accessed 12th April 2021
- Zakky. (2020) Pengertian Konsep | Definisi, Fungsi, Unsur, dan Ciri-Cirinya [Lengkap]: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-konsep/>, Accesed 23th February 2020.