

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S. El, & Patrianti, T. (2021). *Islamic Branding Dalam Ekonomi Syariah*.
- Agustini, P. (2020, January 27). *Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Pmse)*. <https://Aptika.Kominfo.Go.Id/2020/01/Peraturan-Pemerintah-Nomor-80-Tahun-2019-Tentang-Perdagangan-Melalui-Sistem-Elektronik-Pmse/>
- Aini, S. N. (2024). Peran Minat Beli Dalam Memediasi Hubungan Flash Sale Dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee. *Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 6(2), 55–72. <https://doi.org/10.51311/IstikhlaF.V6i2.657>
- Amalia, P. (2023). *Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam Uii*.
- Anggaraeni, M., & Widayati, S. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang Info Articles*. 3(2), 43–50. <https://doi.org/10.31331/Jeee.V3i2.2390>
- Anggraini, D., Azman, H. A., Hasanah, N. F., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam)*. <https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.

- Apjii. (2024, February 7). *Apjii Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>
- Arestrias, A. P., & Wijanarko, A. A. (2020). *Pengaruh Metode Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Pada E-Commerce Shopee*. <https://doi.org/10.25105/Impj.V13i1.Xxxx>
- Asih, E. M. (2024). Analisis Pada Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2073. www.mckinsey.com,
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). *E-Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. www.fe.unisma.ac.id
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung. In *Smart: Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology* (Issue 2).
- Azelia, B., Yuliawan, P., & Subakti, G. E. (2022). *Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam*. 18(01), 1829–6491. <https://doi.org/10.20414/jpk.V18i1.5195>
- Bangsa, J. R. (2022). *Keputusan Pembelian Generasi X Pada Aplikasi Belanja Online*.
- Bernadus, D. A. (2024). *Perkembangan E-Commerce Di Indonesia: Peluang, Tantangan, Dan Transformasi Ekonomi Digital*. <https://binus.ac.id/Bekasi/2024/11/Perkembangan-E-Commerce-Di-Indonesia-Peluang-Tantangan-Dan-Transformasi-Ekonomi-Digital/>

- Bps. (2018). *Akses Internet Di Provinsi Jambi*.
<https://jambi.bps.go.id/Id/Statistics-Table/2/Mte1mymy/-Mengakses-Internet-Termasuk-Facebook-Twitter-Bbm-Whatsapp-.Html>
- Bps. (2023). *Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. <https://jambikota.bps.go.id/Id/Statistics-Table/2/Njkjmg==/Jumlah-Penduduk-Kota-Jambi-Menurut-Kelompok-Umur-Dan-Jenis-Kelamin-.Html>
- Bps Kota Jambi. (2025). *Badan Pusat Statistik Xxx Bps-Statistics Xxx Xxx Dalam Angka*.
- Buana, G. (2024). *Shopee Raih Peringkat Tertinggi Dalam Kepuasan Konsumen E-Commerce Versi Ipsos*. 2024.
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/679997/Shopee-Raih-Peringkat-Tertinggi-Dalam-Kepuasan-Konsumen-E-Commerce-Versi-Ipsos>
- Chin, W. W. (1998). *He Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.).
- Cinsin Vanesa Silvi. (2024). *Religiositas Memoderasi Pengaruh Flash*.
- Dalilatul Baro'ah. (2024). *Jual Beli Dengan Sistem Diskon Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 6(1), 41–65.
<https://doi.org/10.55606/Ai.V6i1.917>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*.
- Faiza, I., Nurani, L., Permatasari, I., & Hermawan Adinugraha, H. (2022). *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital*. *Jupsim*, 1(1).

- Fajriyah, N. L. (2024). *Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Voucher Diskon, Dan Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee.*
- Fitriani, N., Ikhwan, S., & Yulianto, A. (2024). Analisis Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Pada E Commerce Tiktok Shop. *Mantap: Journal Of Management Accounting, Tax And Production*, 2(2).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss 25.* Adan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem).* <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- Handayani, O. P., & Meitawati, T. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Islam. In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 24, Issue 3). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/jki>
- Haryani, H., Salsabila, C., Cahayati, N., Studi Akutansi, P., & Raharja, U. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Customer Dalam Melakukan Pembelian Marketplace Shopee. *Indonesian Journal Accounting (Ijacc)*, 4(2).
- Herlinda, D., & Riofita, H. (2024). *Penggunaan Diskon Dan Voucher Shopee Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.* <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>
- Heryanti, R., Rifqy Thantawi, T., Suryani, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Institut, I., Islam, A., & Bogor, S. (2024). *Analisis Manajemen Bisnis Syariah Pengaruh Promosi Flash Sale Di Aplikasi E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.* <https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/sahidbusinessj>

- Humairoh, Annas, M., & Zein, M. H. M. (2023). *Gen Z, Gender Variabel Dummy: Hedonic Shopping, Lifestyle, Dan Impulse Buying*. 12(2), 107–120.
- Inayati, A. A., Prasetyo, A., Zeem, F., & Abdurrahman. (2025). *Flash Sale Dalam Tinjauan Masalah Mursalah: Strategi Marketing Atau Manipulasi Harga?* 4(1).
- Irawan, Pristanto Ria, Abdillah, & Taryanto. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut*.
- Kementrian, P. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023 Pusat Data Dan Sistem Informasi*.
- Khadaifi, M., Madinah, D., & Kurniasih, E. (2021). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu. *Al Barakat - Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 1(01), 45. <https://doi.org/10.59270/Jab.V1i01.46>
- Khasturi, V., & Lubis, H. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal Of Sharia And Law*, 3(2), 373–388. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.
- Lerinsa, F., Azis, M. B. A., & Ayu, P. (2023). *Pengaruh Artis Korea Dalam Meningkatkan Brand Image Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat [Studi Kasus: Bukalapak]*. 1(1), 82–88. <https://doi.org/https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Lingga, Z. P. (2024). Pengaruh Event Tanggal Kembar, Flash Sale, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. 2024.
- Lumban, E. P. (2022). *Literature Review Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi E-Commerce: Bisnis, Internet Dan Teknologi (Literature Review Perilaku Konsumen)*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.V3i6>

- Marwiyah, S. L., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4279. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V9i3.10783>
- Maulida, S. N. (2022). *Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek)*.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nabilla, W. A., & Yazid, M. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Surabaya Saat Flash Sale Dalam Perspektif Konsumsi Islam. *Ekoma : Jurnal Ekonomi*, 4(1).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*.
- Nilakusmawati, E., Novia, D., Ningtias, A., Istri, A. A., Wulantari, I., Ayu, N. G., Wulandari, I., & Putu, D. (2024). *Pengaruh Voucher Diskon Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi E-Commerce*.
- Nisa, F. S. (2023). *Pengaruh Diskon, Cashback, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Purwokerto)*.
- Noor, J. (2024). *Sejarah Kota Jambi*.
- Panginan, P. W., Pasulu, I., & Pompeng, O. D. Y. (2024). *Pengaruh Promo Voucher Gratis Ongkir, Discount Dan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan*

Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja).

Pasaribu, B. S., & Herawati, A. (2022). *Metodologi Penelitian*.
Www.Mediaedupustaka.Co.Id

Pospos, A. F. F., Fiteri, M., & Hamid, A. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jubima : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1).
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210122114013-37-217989/bi/proyeksi-transaksi-e-commerce->

Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). *The Role Of Viral Marketing, Brand Image, And Brand Awareness On Purchasing Decisions*.
<https://doi.org/https://www.journal-profesor.org>

Purnama, P. A. W., & Putra, T. A. (2020). Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Toko Dmx Factory Outlet. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 5(1).
<https://doi.org/10.33395/remik.v4i1.10803>

Putri, Kessa Mindabila, Aswat, Ibnu, & Astarani, Juanda. (2024). The Effect Of Shopee Flash Sale Program On Financial Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 203–212.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>

Putri, N. K. (2024, February 27). *We Are Social: 59 Persen Pengguna Internet Indonesia Hobi Belanja Online*. <https://id.techinasia.com/indonesia-hobi-belanja-online>

Quicanga, A., & Ogbere, L. (2022). *Impulse Purchase: Factors Antecedents And Post-Purchase Satisfaction*.

Rachman, F. (2024). *Survei: Shopee Peringkat Pertama E-Commerce Pilihan Merek Lokal Dan Umkm*. <https://validnews.id/ekonomi/survei-shopee-peringkat-pertama-e-commerce-pilihan-merek-lokal-dan-umkm>

- Rahayu, M. (2024). Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tiktok. 2024.
- Rahmat, A., Puteri, H. E., & Asyari. (2020). *Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 4(1), 2614–7890. <https://doi.org/10.12928/Psikopedagogia.V3i>
- Ramadhani, F. (2020). *5 Faktor Pesatnya Perkembangan E-Commerce Di Indonesia*. <https://compas.co.id/article/perkembangan-e-commerce/>
- Ramdani, R., & Fauzi. M. (2024). *Empowering Msmes Through Digital Marketplace Platforms*. *Small Business Economics*, 62(1), 145–162.
- Rokhim, A. N. (2024). *Pengaruh Cashback Dan Flash Sale Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Febi Iain Kediri*.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa*. www.digimind.id
- Rumambi, F. J. (2022). *Apakah Kepuasan Pelanggan Shopee Bergantung Pada Voucher Diskon Dan Gratis Ongkir?* (Vol. 08).
- Saleh, R., Diponegoro, A. M., & Wantini. (2023). *Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam*. <https://doi.org/10.15548/5688>
- Siregar, P. (2022). *Pengaruh Faktor Harga, Promosi Penjualan, Kepercayaan Terhadap Pembelian Impulsif Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Jambi)*.
- Soviati, S. (2022). *Perilaku Konsumtif Di Era Modern*. 2022. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/perilaku-konsumtif-pembawa-petaka-di-era-modern.html>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

- Suprpto, W., Indriyani, R., & Santoso, M. (N.D.). *Shopping Orientation, Status Consumption And Impulse Buying Of Generation X And Y In Purchasing Fast Fashion Products*. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.15.2.110-118>
- Suprpto, W., Indriyani, R., & Santoso, M. (2021). *Shopping Orientation, Status Consumption And Impulse Buying Of Generation X And Y In Purchasing Fast Fashion Products*. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.15.2.110-118>
- Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika. (2022). *Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulsive Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*.
- Wahyuningsih, I., & Damayanti, D. (2024). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management Pengaruh Kualitas Produk, Voucher Diskon Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh E-Wom Pada Live Streaming Shopee (Study Pada Mahasiswa Di Diy)* (Vol. 7, Issue 1).
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). *Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee*.
- Wati, A., & Putri, M. I. (2023). Perspektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Flash Sale Di Shopee. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Jhesy)*, 2(1), 14-28. <https://doi.org/10.37968/Jhesy.V2i1.408>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/Jpw.V23i1.506>
- Yudha, D., Widodo, P., & Prasetyani, H. (2022). 2 2 (2) (2022) 12-17 Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing. <https://doi.org/10.31331/Jsitee.V1i1.Kodeartikel>