

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aryanto. “Bertahan Di Masa Pandemi, Brand Maksimalkan Platform Penjualan Online.” *InfoBrand.Id.*, 2021.
- Ach Nur Fuad. *Aptikom Statistik Berbasis SPSS*. Pertama. Kediri: Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2021.
- Adinugraha, Hendri H. Mila Sartika dan Ahmad Hasan Asy’ari Ulama’i. “Halal Lifestyle Di Indonesia.” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2019): 57–81.
- Adriani, Lisa, and Ma’ruf Ma’ruf. ““Pengaruh Islamic Religiosity Dan Halal Knowledge Terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi Oleh Attitude Terhadap Produk Halal Di Indonesia.” *AL-MUZARA’AH: Journal of Islamic Economics and Finance* 8, no. 1 (2020).
- Aghni Hikmah Pemadi. *Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*. (Unitomo Press, 2020).
- Agrawal, Supriti, & Sareen, S. Abhinav. “Flash Sales – The Game Changer in Indian E-Commerce Industry.” *International Journal of Advance Research and Innovation* 4, no. 1 (2016): 192–95.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Ajeng Risdiyani, Universitas Ibn, and Khaldun Bogor. “PENGARUH HALAL KNOWLEDGE, ISLAMIC RELIGIOSITY, DAN HALAL LIFESTYLE TERHADAP PENILAIAN PRODUK KOSMETIK” 6, no. 1 (2023): 95–106.
- Al-Quran dan Terjemah. “Al-Quran Surat Asy-Syuara Ayat 181-183.” Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2009.
- Allen A. Ch. Manongko. *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory Of Planned Behavior)*. Manado: Yayasan Mankaria Waya, 2018.
- “Analisis Perbandingan Brand Hanasui Dengan Brand Kecantikan Lain Dalam Kurun Waktu 1-30 Maret 2023,” n.d. https://hanasui.id/home/about_us.
- Aniqoh, N.A.F.A dan Metta Renatie H. “Halal Food Industry: Chalenges And Opportunities In Europe.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry (JDMHI)* 2, no. 1 (2020).
- Anisa Noer Safitri dan Robertus Basiya. “Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk 3Second.” *Journal of Management* 5, no. 2 (2022): 450–58.
- Ardiansa, Regie, and Salim Siregar. “Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus Pada Wilayah Kabupaten Subang.” *Jurnal Maksipreneur*:

- Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 12, no. 1 (2022): 100.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.934>.
- Arfatin Nurahmah. *Pengantar Statistika 1*. Suci Harya. (Media Sains Indonesia, 2021).
- “Arti Gaya Hidup Di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” n.d.
<https://kbbi.lektur.id/gaya-hidup>.
- Bambang Sugeng. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Cv Budi Utama, 2020.
- Cindy Magdalena Gunarsih. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Bayungon Amurang.” *Productivity* 2, no. 1 (2021).
- Compas.co.id. “Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 Di Shopee Dan Tokopedia Periode 16-31 Agustus,” 2022.
<https://compas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>.
- Danang Suyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2012.
- Darmansah, Aprillia, and Sri Yanthy Yosepha. “Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya* 1, no. 1 (2020): 15–30.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>.
- “Data (Tren) Pengguna Internet Dan Media Sosial Tahun 2023 Di Dunia,” n.d. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.
- databoks.katadata.co.id. “Jumlah Kunjungan Ke 5 Situs E-Commerce Terbesar Di Indonesia (Januari-September 2023),” 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>.
- Dewi, Ni Putu Santika, and I Wayan Suartina. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee.” *Management Analysis* 5, no. Vol. 5 No. 4, 2016 (2022): 281–88.
- Doni Judi Priansa. *Komunikasai Pemasaran Terpadu Pada Era Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Dukalang, Rifal, Hapsawati Taan, and Yulinda L Ismail. “Pengaruh Model Promosi Flash Sale Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembeli Di Tokopedia.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 60–76.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>.
- Firman Kurniawan dkk. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Para Siswa SMAN 15 Surabaya Kelas

- XII Yang Menggunakan Laptop Bermerek Asus).” *Jurnal Administrasi (JAB)* 56, no. 1 (2018): 40.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- Hadari Nawawi. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993.
- Herlina, Julia Loisa, Teady Matius S.M. “PENGARUH MODEL PROMOSI FLASH SALE TERHADAP JIMEA.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)* 5, no. 2 (2021): 1637–52.
- Hery Purwanto. “Policy Analysis of Enforcement of Halal Product Guarantee Regulations Through The Regulatory Impact Analysis (RIA) Approach.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry (JDMHI)* 3, no. 2 (2021).
- Hesti, A.A., Risky Dwi Afriadi, Ceasar Pratama dan Ade Lestari. “Platform Halal Lifestyle Dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2019): 57–67.
- Hoiriyah, Yuliana Ulfidatul, and Yustina Chrismardani. “Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura).” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 1, no. 2 (2021): 115–20. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11590>.
- Humaniora. “Indonesia, Pasar Potensial Untuk Produk Perawatan Kulit.” *Mediaindonesia.com*, 2019. <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit>.
- Husnul Khotimah, Muhammad Khafid, dan Amin Pujiati. “Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli.” *Journal of Economic Education* 5, no. 2 (2016).
- Imas Permatasari, Moh Mukhsin, Isti Nuzulul Atiah. “Pengaruh Flash Sale Dan Free Shipping Terhadap Impulsive Buying Behavior Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (2023).
- Iqbal Hasan Misbahuddin. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Kedua. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2022.
- Irwansyah, Rudy, et al. *Perilaku Konsumen*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2021.
- Kedaton, Mojoputri, Hari Purwanto, and Henry Sidanti. “Pengaruh Promosi Flash Sale Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna

- Aplikasi Shopee.” *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 1 (2022): 1–12.
- Khofifah Rahmania. “Pengaruh Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif Pada Pengguna Shopee.” *Ekonomi Himalaya Dan Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2023).
- Kotler Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- M. Zhang, J. Zhang, TCE Cheng. “Why and How Do Branders Sell New Products on Flash Sale.” *European Journal of Operational Research* 270, no. 1 (2018).
- Made Andi Kusuma dan I Wayan Santika. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario 125 Di Kota Denpasar.” *E Journal Manajemen Unud* 6, no. 4 (2017).
- Martaleni dkk. “Flash Sale and Online Impulse Buying: Mediation of Emotions.” *Pemasaran Inovatif* 18, no. 2 (2020).
- Megasari Gusandra Saragih dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Pertama. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- “No Title,” n.d. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.
- “No Title,” n.d. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=286>.
- Nurdjanah Hamid and A. Ratna Sari Dewi. *Metode Penelitian Pendekatan Analisa Dan Kasus*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Nurul Rizka Arumsari. “Pengaruh Atribut Produk, Brand Ambassador, Label Halal, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Konsumen Wardah Di Kudus).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2 (n.d.).
- Nurul Zaidah, Muhtar Solihin dan Muliadi. “Halal Lifestyle Dan Wara’ Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB).” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 3 (2022).
- Ostapenko, Dr. Nikolai. “Online Discount Luxury: In Search of Guilty Customers.” *International Journal of Business and Social Research* 3, no. 2 (2013): 60–68.
- P. Kotler & K. L. Keller. *Marketing Manajement*. Jakarta, Indonesia: Erlangga, 2012.
- P. Kotler dan G. Armstrong. *Principles of Marketing*. USA: Prentice-Hall Education, 2016.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edidi Kedua Belas Jilid I*,

- Dialihbahasakan Oleh Bob Sabran M.M.* Jakarta: Erlangga, 2008.
- Periamsyah, Subhan, and Syahab. "Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia." *Proceeding Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi* 1, no. 1 (2018): 565–69.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran: Edisi Ke-13 Jilid I*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M.Com. 25 *Grand Theory*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2020.
- Q. Amrillah, A. Brawijaya. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik." *Jurnal Syarikah* 2, no. 2 (2016).
- Rabiatul Abdawiyah Harahap, Ahmad Kholil, S.E., M.Si., Supaino, S.E., M.Si. "Pengaruh Halal Lifestyle, Social Media, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW." *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering*, 2022, 502–5012.
- Rahmawati, Nabillah Deriefca, Widi Winarso, and Haryudi Anas. "PENGARUH FLASH SALE, LIVE SHOPPING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya)." *Jurnal Economina* 2, no. 10 (2023): 2740–55. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>.
- Rana Abdilah dkk. "Pengaruh Flash Sale, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui." *Jurnal Economina* 2, no. 10 (2023): 2823–41.
- RedaksiIB. "Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar Di Dunia." *Intimes.id*, 2020. <https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>.
- Rhomanan. "Pengaruh Iklan Internet Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan pembelian Pada Shopee Bagi Konsumen Kayuagung." *Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi Dan Bisnis* Vol. IV, N, no. ISSN Cetak : 2614-3631 (2020): 17.
- Ruslang, Muslimin Kara, dan Abdul Wahab. "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 669.
- Sandu Siyoto. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. "The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase

- Decision of Pantene Shampoo in Surabaya.” *SHS Web of Conferences*, 2020.
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedu. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007.
- Septiana Ayu Nur Fitriana. “PENGARUH HALAL LIFESTYLE, HARGA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO CLEAR HIJAB PURE (Studi Pada Konsumen Shampo Clear Hijab Pure Di Kabupaten Kendal),” 2022.
- Septiansari dan Trisni Handayani, Dela. “Pengaruh Belanja Online Pada Tabiat Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)* 5, no. 1 (2021): 1–23.
- Sheny Kulsumaningtyas dan Gunarso Wiwoho. “Pengaruh Brand Image , Product Knowledge , Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 3 (2023): 268–77.
- Sriyanto, Agus, and Desty Albaity Utami. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta.” *Ekonomika Dan Manajemen* 5, no. 2 (2016): 163–75.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Surachman. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing, 2008.
- Syafrida Sahir Hafni. *Metodologi Penelitian*. Pertama. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021.
- Syafrudin Makmur. *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik*. Tangerang Selatan: FSH PRESS, 2019.
- Tanady, Edi Sucipto, and Muhammad Fuad. “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9, no. 1 (2020): 113–23.
<http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/663>.
- Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Vina Anisa. “PENGARUH HALAL LIFESTYLE, HALAL KNOWLEDGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MERK RABBANI.” UIN Walisongo, 2023.
- Wahyudi. “Pengaruh Flash Sale, Casback Dan Gratis Ongkos Kirim

- Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim.” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2022.
- Wangi, L. P., Andarini, S., Studi, P., & Administrasi, I. “Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 1 (2021): 79–91.
- Wardana. *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20*. Baubau: LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2022.
- Yan Bayu Bramantya. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 3 (2016): 1749.
- Yasinta Ismailia. “Pengaruh Gaya Hidup Syariah Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm.” *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UNIVERSITAS NEGERI SUNAN AMPEL*, 2018.
- Yo Trisha Indah. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention: Telaah Pada Facial Mask Hanasui.” Universitas Multimedia Nusantara, 2023.
- Yuliana Ulfidatul Hoiriyah and Yustina Chrismardani. “Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura).” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 1, no. 2 (2021): 115–20.
- Zakiyyah, Amalina Maryam. “Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online ‘Pulchragallery.’” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4, no. 1 (2018): 63–70. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1716>.

