

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60.
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. Jurnal Emba*, 5(2), 1781–1792.
- Amallia, A. R., & Syaefulloh, S. (2023). *Pengaruh Fitur Live Shopee Dan Product Browsing Terhadap Online Impulsif Buying Melalui Shopping Enjoyment Pada Produk Fashion (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan E-commerce Shopee Di Kota Pekanbaru). Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3809.
- Anwar, M. S. (2021). *Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop. In Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Arifin, A. (2017). *Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Diperguruan Tinggi. Edutech Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 No 1(1), 117–132.
- Asteriniah, F., & Sutina, S. (2018). *Implementasi Kebijakan Pengendalian Kebakaran Hutan Dan Lahan Gambut Di Ogan Komering Ilir. Jurnal Abdimas Mandiri*, 1(2), 71–77. <https://doi.org/10.36982/Jam.V1i2.338>
- Astuti, R. (2018). *Semiotika Dalam Bidang Manajemen Pemasaran. Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 1(2), 116. <https://doi.org/10.26805/Jmkli.V1i2.13>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). *Pengaruh City Branding “A Land Of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi) 1,2, 3(3)*, 71. <https://doi.org/10.31955/Mea.Vol4.Iss1.Pp67>
- Aulia, A., Tanjung, M. R., Iqbal, M., & Wijaya, R. F. (2023). *Implementasi Algoritma Naïve Bayes Dalam Menganalisis Jumlah Live Stream Vtuber Skem*. 4(4), 554–559.
- Buana, A. M., Marvinson, G., Zukhrufa, A., & Keni, K. (2023). *Sales Promotion , Live streaming , Subjective Norm Terhadap Impulsive buying Dengan Paylater Sebagai Variabel Moderasi*. 25(2), 413–428.

- Budianto, A. (2015). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 57.
- Cutisah, & Sungkono. (2023). Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2020. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 191–200.
- Darna, N. M. N. . S. I. . B. A. . & S. (2023). *Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). Metode Penelitian. In *Deepublish*. Deepublish.
- Databoks.katadata.co.id 2023. Tersedia di : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/28/diskon-hingga-flash-sale-ini-ragam-promosi-belanja-online-yang-paling-ditunggu-saat-harbolnas>
- Dharta, F. Y., Prasetyo, H., & Dema, Y. (2021). Influence Of Attitude On Online Impulse Buying: Perspective On Marketing Communication. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, 5(3), 729–745.
- Effendi, A. D. (2023). Tinjauan Marketplace Dan Promotion Terhadap Impulsive buying Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Angkatan 2018-2021 Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Distingsi: Journal Of Digital Society*, 1(3), 28–39.
- Eka Pradana, I., & Suparna, G. (2016). Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 255200.
- Eni. (2016). “Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere, Dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pgrri Yogyakarta”. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 003(Mi), 5–24.
- Fasyni, A., Budiarti, A. P., & Lasmini, R. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Impuls Buying. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 175.
- Febriany, D., Tjipto, J. D., Immanuel, S., Buana, S. A. M., Emerald, S., & Keni, K. (2023). Formation Of Consumer Impulsive buying In Msmes Through Online shopping Activities. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 507–521.
- Gunawan, H. (2018). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Bongaya Journal For Research In Management (Bjrm)*, 1(2), 56–61.
- Handayani, E. S., & Haryadi, R. (2023). Korelasi Kepribadian Fear Missing Out Terhadap Adiksi Impulsive Online Buying Di Masa Pandemi Pada Anak Dan Remaja. *Bulletin Of Counseling And Psychotherapy*, 4(3), 761–768.

- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Mybca Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Nada, I., Utaminingsih, S., & Ardianti, S. D. (2018). Penerapan Model Open Ended Problems Berbantuan Cd Pembelajaran Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Kelas Iv Sd 1 Golantepus. *Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar*, 4(2), 216.
- Nasrullah, N. (2023). Peran Dari Perceived Benefit Dan Perceived Risk Dalam Memediasi Social Media Marketing Dengan *Impulsive buying E-commerce* Shopee. *Nusantara Journal Of Multidisciplinary Science*, 1(4), 867–876.
- Nursam, N. (2017). Manajemen Kinerja. *Kelola: Journal Of Islamic Education Management*, 2(2), 167–175.
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). *Shopping Online Without Thinking: Being Emotional Or Rational?* *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 26(1), 78–93.
- Populix 2023. <https://nova.grid.id/read/053809045/survei-populix-shopee-live-paling-sering-digunakan-untuk-belanja-fashion-kecantikan?page=all>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17.
- Primadewi, S., Fitriasari, W., & Adhysti W, K. (N.D.). *427-Article Text-3249-1-10-20221016*.
- Puspitasari, L., Herawati, A., & Listyawati, L. (2023). *Pengaruh Iklan Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya*. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 267–280.
- Putri, R. D., Setyawan, D. H., Putra, R. A., Khatimah, H., & Ekonomi, F. (2023). *Pengaruh Iklan Influencer Dan Fitur Live streaming Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla*. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 1(1), 2023.
- Rahmah, R. A. (2022). *Impulsive buying Behavior In Social Media And E-commerce To Christmas Stain Mandailing Students*. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 370–375.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). *Pengaruh Promosi Diskon Dan*

- Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491.
- Ricky, R., & Yudani, H. D. (2022). *Analisa Penggunaan Live streaming Dalam Audio Visual Project Video Wedding. Jurnal Dkv Adiwarna*, 1–9.
- Rizki Octaviana, A., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). *Analysis Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation And Flash Sale On Online Impulse Buying Analisis Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation Dan Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying. Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1961–1970.
- Rompis, D., Tumbuan, W., & Sumarauw, J. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Tridjaya Mulia Sukses The Effect Marketing Mix Toward Sales Volume In Pt. Tridjaya Mulia Sukses. Emba*, 5(3), 3078–3087.
- Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhtasari, W. D. (2022). *Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Economina*, 1(3), 596–607.
- Sinaga, B. J., Nugraheni, M., & Rahayu, M. (2023). *The Relationship Between Self Esteem And Impulsive buying Of Fashion Product Through Online shopping Among Early Adult Women*. 5(2), 56–61.
- Sitindaon, R. H., Hutagalung, A. C., Sihombing, A., & ... (2022). ... Pemanfaatan Platform Digital Bagi Guru-Guru Pendidikan Agama Kristen Di Kecamatan Lawang Kidul Dalam Mengajar Di Era .... *Pkm ...*, 8–30.
- Smith, V., Devane, D., Begley, C. M., Clarke, M., Penelitian, B. M., Surahman, Rachmat, M., Supardi, S., Saputra, R., Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, Martinus Budiantara, Sastroasmoro, S., Çelik, A., Yaman, H., Turan, S., Kara, A., Kara, F., ... Hastono, S. P. (2017). *Journal Of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8.
- Sugiyono, P. B. (2015). *Memahami Konsep Ruang Menurut Henri Lefebvre. Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 6(2), 101.
- Top Brand Indeks Hijab 2023. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=4&id\\_subkategori=485](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=4&id_subkategori=485)
- Wasil, M. (2018). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Percieved Quality. Forum Ekonomi*, 19(2), 137.
- Wijayanti, N. A., & Khikmiyah, F. (2016). *Pengembangan Media Pembelajaran Edutainment Pada Materi Aritmatika Sosial Di Kelas Vii Smp. Didaktika*, 22,

99–109.

Yulius, A., Aprillia, A., Bisnis, F., Maranatha, U. K., Impulsif, P., & Buying, I. (2023). *Pengaruh Live streaming Terhadap Pembelian*. 8(4), 809–821.

Zulkha Ermayda, R., Ikrima Nanda, H., & Dwi Narullia. (2019). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Pkk. Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 3(2), 80–84. <https://doi.org/10.37859/Jpumri.V3i2.1506>