

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, Supriti, and S Abhinav Sareen. 2016. "Flash Sales—the Game Changer in Indian E-Commerce Industry." *International Journal of Advance Research and Innovation* 4(1): 192–95.
- Andarini, Sonja. 2021. "Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee." *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5(1).
- Andriani, Miftahul. 2023. "Pengaruh Flash Sale Dan Live Streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening."
- Anisa, Ririn Risnawati, and Nurul Chamidah. 2022. "Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 1(2): 131–43.
- Ariska, et. al. 2022. "Dampak Tagline 'Gratis Ongkos Kirim' Dan Program Flash Sale Pada Marketplace Shoppe Untuk Mendorong Impulsive Buying Secara Online." *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10(S1): 109–20.
- Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. 1st ed. ed. Sobirin. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Chen, Chia-Chen, and Yi-Chen Lin. 2018. "What Drives Live-Stream Usage Intention? The Perspectives of Flow, Entertainment, Social Interaction, and Endorsement." *Telematics and Informatics* 35(1): 293–303.
- Darna, Nana et al. 2023. *Deepublish Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darwipat, et. al 2020. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1(2): 58.
- Elbadiansyah, M P, and Zakkiyah Rosidah. 2023. *Pengantar Manajemen*. 1st ed. ed. Zakkiyah Rosidah. Yogyakarta: Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=vmnDEAAAQBAJ>.
- Muhammad Yusuf Saleh, et al. 2019. *Konsep Dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Sah Media. <https://books.google.co.id/books?id=pZu-DwAAQBAJ>.
- Erfiati, R D, and Y Helfi. 2023. "Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3: 3400–3412.
- Fitryani, et. al. 2021. "Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus e-Commerce Shopee)." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6(2): 542–55.

- Gotama, Gigih, and Sulastri Rini Rindrayani. 2022. "Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung." *Jurnal Economina* 1(4): 690–701.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>.
- Limakrisna, Nandan, and Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mujito, et al. 2023. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. EDU Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=rGPBEAAAQBAJ>.
- Nighel, Syafna, and Osa Omar Sharif. 2022. "Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif E-Commerce Shopee Di Jawa Barat The Effect Of Flash Sale On Impulse Purchase Of Shopee E-Commerce In West Java." *e-Proceeding of Management* 9(3): 1335-`1344.
- Primadewi, et. al 2022. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulse Pada Live Streaming E-Commerce Berdasarkan SOR (Stimulus Organism Response) Framework." *Jurnal Sosial dan Teknologi* 2(10): 846–56.
- Purnami, Amanah Ady. 2019. "Pengaruh Promosi Penjualan, Daya Tarik Iklan Internet, Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif." *Analisis Nilai Moral Dalam Cerita Pendek Pada Majalah Bobo Edisi Januari Sampai Desember 2015*.
- Rahmayanti, Sri, and Rizky Dermawan. 2023. "Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Surabaya." *SEIKO: Journal of Management & Business* 6(1): 337–44.
- Reken, F et al. 2024. *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. <https://books.google.co.id/books?id=wn7xEAAAQBAJ>.
- Renita, Intan, and Budi Astuti. 2022. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta." *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 01(8.5.2017): 109–20.
- Rizal, A. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=RUvWDwAAQBAJ>.
- Roni, Angger Aditama, 2020. *Pengantar Manajemen*. 1st ed. eds. Huang mei Li and Meiga Lettucia. Malang: AE Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=9zfvDwAAQBAJ>.
- Ruyatnasi, Yaya, and Liya Megawati. 2018. *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi Dan Kasus*. 2nd ed. eds. Eko Taufiq and Akanta Muhammad. Yogyakarta: CV Absolute Media.

- Salim, Ahmad, and Riche Fermayani. 2021. "Konsumen Matahari Departement Store Padang." *Jurnal Menara Ekonomi* VII(3): 1–14.
- Sari, Della Ruslimah, and Ikhwan Faisal. 2018. "Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar." *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 2(1): 51–60.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Syauqi, Ahmad. 2021. "Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Ilmiah* 1(1): 1–14.
- Tumanggor, S., Hadi, P. And Sembiring, R. (2022) 'Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan)', *Journal of Business and Banking*, 11(2), p. 251. Doi: 10.14414/jbb.v11i2.2733
- Wilujeng, Sri. 2017. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang." *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang*: 457–69.
- Zhang, et. al. 2020. "The Impact of Live Video Streaming on Online Purchase Intention." *Service Industries Journal* 40(9–10): 656–81. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>.
- Zhang, et. al 2018. "Advance Selling of New Products to Strategic Consumers on Flash Sale Platforms." *International Journal of Logistics Research and Applications* 21: 1–14.
- Zhang, et.al 2022. "The Influencing Factors on Impulse Buying Behavior of Consumers under the Mode of Hunger Marketing in Live Commerce." *Sustainability (Switzerland)* 14(4).