

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. A., & Pradananta, G. (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1438–1445.
- Banggu, S. G., Fanggidae, R. E., Kurniawaty, M., Fanggidae, R. P. C., Kupang, N. C., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Cash On Delivery terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Kupang (The Influence of Using Paylater and Cash On Delivery on the Impulse Buying Behavior of Shopee E-Commerce Users in Kupang City) Ri. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 2(2), 85–94. <https://doi.org/10.35912/JBPD.v2i2.2590>
- Chen, H. A., Marmorstein, H., Tsiros, M., & Rao, A. R. (2012). When More Is Less: The Impact of Base Value Neglect on Consumer Price Discounts. *Journal of Marketing*, 76(July), 64– 77.
- Chen, Z., Cenfetelli, R., & Benbasat, I. (2019). The influence of e-commerce live streaming on lifestyle fit uncertainty and online purchase intention of experience products. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2019-January(71471017), 5081–5090. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.610>
- Discount, P. P., & Awareness, B. (2024). *Simba 1. September*.
- Feng, Z., Al Mamun, A., Masukujjaman, M., Wu, M., & Yang, Q. (2024). Impulse buying behavior during livestreaming: Moderating effects of scarcity persuasion and price perception. *Heliyon*, 10(7), e28347. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28347>
- Firdaus, F., Suryoputro, F. M., Shafira, R. Z., & Rizkianfi, M. W. (2023). Sistem Paylater Dalam E-Commerce: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Competitive*, 18(1), 9–14. <https://doi.org/10.36618/competitive.v18i1.2856>
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2006. Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 2025*. BADAN PENERBIT UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Harahap, M. S. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Price Discount Terhadap Impulsive Buying Pada Butik Fyllo Closset di Kota Pematangsiantar.

- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55.
- Hasanah, F., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Aplikasi Tiktok terhadap Impulse Buying Produk Fashion pada Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 348–360.
- <https://goodstats.id/img/infographics/original/2023/10/16/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-T6nm4GDw5e.jpeg?p=infographics-lg> (diakses pada 17 Oktober 2024)
- <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> (diakses pada 26 Januari 2025)
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management*. Person Education.
- Kotler, P. & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga Jakarta
- Kuncoro. (2013). *metode kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Erlangga.
- Lu, Z., Xia, H., Heo, S., & Wigdor, D. (2018). You watch, you give, and you engage: A study of live streaming practices in China. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 2018-April.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later. *Jurnal RechtsVinding*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Putri, M. T. (2022). Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse
- Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis adopsi media sosial sebagai sarana pemasaran digital bagi UMKM makanan dan minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188-198. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/45>.
- Ramanda, N. E., & Aqmala, D. (2023). Upaya Peningkatan Pembelian Impulsive Melalui Penguatan Konsumen Pada Tiktok Shop Live Streaming. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 3(2), 109–123.
- Ratnasari, A. D., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2022). *PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI Z (Studi Pada Pengguna Shopee) Pendahuluan Pada era globalisasi ini , perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang Hasil dari survei yang dilakukan Asosia*. 11(3), 576–586.

- Sapa, F. Y., Tumbel, A. L., & Lumanauw, B. (2023). Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 787–798. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51910>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora. (2004). *Riset Pemasaran*. Gramedia Utama.
- Siregar, D. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Gratis Ongkir Terhadap Buying Decison di Shopee di Kota Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1427-1438.
- Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2019). How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 37.
- Sutisna. (2012). *perilku konsumen dan komunikasi pemasaran*. remaja rosdakarya.
- Suwanto & Suyanto (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kolerasional*. Bosscript. Klaten Selatan.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying. *VALUTA*, 3(2), 276-289.
- Wahyuningtyas, S. N., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Perilaku Belanja Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 5.
- Wilujeng, Sri. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse

Buying Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang." *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang* 457 (2017).

Zhang, M., Qin, F., Wang, G. A., & Luo, C. (2020). The impact of live video streaming on online purchase intention. *Service Industries Journal*, 40(9–10).

