

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. Erwan. & Fitriyani. 2021. Peran *Impulse Buying* Saat *Live Streaming* Pada Masa Pandemi Covid (Studi Kasus *e-commerce* Shopee).
- Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. 2020. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian *Impulsif* Pada Konsumen Shopee ID." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*.
- Alwi, I. 2015. Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika Dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*.
- Anin A, dkk. 2008 .Hubungan *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* terhadap Produk *Fashion* pada Remaja. *Jurnal Psikologi*. Vol. (35). 2,181-193.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aristyanto. 2021. Peran *Impulse Buying* Saat *Live Streaming* Pada Masa Pandemi Covid (Studi Kasus *e-commerce* Shopee). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Universitas Wijaya Putra.
- Big Commerce. 2021. *Social Commerce 101: How to Boost Ecommerce Sales Using Social Media Platforms*. Big Commerce.
- Buchory dan Saladin. 2017. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro&Bar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4.
- Cai, J., & Wohn. 2019. *Live streaming commerce: uses and gratifications approach to understanding consumers' motivation*. *Proceedings of the 52 And Hawaii International Conference on System Sciences*. Retrieved from.
- Cai, T. et al. (2018) 'Quantitative stress measurement of elastic deformation using mechanoluminescent sensor: An intensity ratio model', *Review of Scientific Instruments*
- Chan et al. 2016. "The state of online impulse-buying research: A literature Analysis". *Journal Information and Management*.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fitriasari & Shinta. 2022. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian *Impulse Buying* Pada *Libe Streaming E-commerce*. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)* 2, no. 10.

- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hawkins & Mothersbaugh. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 11 th edition. McGraw-Hill, Irwin*.
- Hinggo. 2022. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap *Impulse Buying* pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, Vol. 2 No. 1, Hlm. 151-159, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau.
- Imbayani, I. G. A., & Novarini, N. N. A. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*.
- Keller & Kotler. 2016. *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall*.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa (Salemba Em)*.
- Marhawati. 2020. Pengaruh Program *Flash Sale* terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen *Marketplace*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Martono. 2016. Pengaruh Promosi Terhadap *Impulse Buying*. *Management Analysis Journal 5*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Pontoh. 2017. Pengaruh *Display* Produk dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Bulying* pada Konsumen Matahari department Store Mega Mall Manado. *Emba, 5(2)*, 1823–1833.
- Pratminingsih. 2023. Pengaruh *Live Streaming* dan *Trust* terhadap *Impulsive Buying* dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. Universitas Widyatama, Indonesia.
- Rahmawati. 2023. Pengaruh Program *Flash Sale* terhadap Perilaku *Impulse Buying* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhani. 2023. Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale, dan Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Management, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University, Indonesia*.

- Rismawati. 2020. Faktor Yang Mempengaruhi Wanita PUS Terhadap Pemilihan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) Di Puskesmas Mayor Umar Damanik Kecamatan Tanjung Balai Selatan Kota Tanjung Balai. Vol.3. No.1.
- Rook. (2016). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal Of Consumer Research*.
- Simanjutak (2022). Pengaruh *Flash Sale*, Promosi, dan Diskon Terhadap *Online Impulse Buying* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2 Maret 2022. Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Utami, (2016). Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko Pada *Impulse Buying* Di Hypermart Mal. *EJurnal Manajemen Unud* Vol 4, 1229-1237.
- Wulandari, 2018, Pengaruh *Utilitarian Browsing* dan *Hedonic Browsing* terhadap *Impulse Buying*. Universitas Brawijawa Malang.
- Zakiyyah (2018). Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian *Impulse Buying Online* Pada Toko Online Pulchra Gallery. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol. 4 No. 1 Juni 2018. Program Studi Manajemen Informasi Universitas Muhammadiyah Jember