

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alfatih, A. (2021). *CARA MUDAH KERJAKAN PENELITIAN METODE KUANTITATIF EKSPLANATIF (CONFIRMATORY) 2 VARIABLE : X DAN Y*. UPT. Penerbit dan Percetakan Universitas Sriwijaya 2021.
<https://repository.unsri.ac.id/101568/1/seting%20buku%20Konfirmatori2021.pdf>
- Dwiwijaya, K. A., Prof. Dr. Syamsiah Badruddin, M.Si., CIPA., CIHCM, Dr. Adi Teguh Suprpto, S.E., M.M, Drs. Budi Safari, MM., CCMA, Dr. Rina Dewi, S.E., MM, Dr. Ir. Pancanto Kuat Prabowo, M.MT, Dr. Ir. Daniel Lukito, S.T., M.M., M.Sc.IB, Mushonnifun Faiz Sugihartanto, S.T., M.Sc., CPLM, Dr. Ervina Waty, S.E., MM., CA., CPA (Aus)., CMA (Aus)., ASEAN CPA, Yoseb Boari, S.E., M.Si, Shelvy Kurniawan, S.E., M.M, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo, S.M., M.M, Dicky Maryoga Hutadjulu, S.Sos., M.M, & Aflit Nuryulia Praswati, S.Sos., S.E., MM., CMA. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali, Prof. H. I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *OPERASIONALISASI VARIABEL, SKALA PENGUKURAN & INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Isriyah, M., & Indrajit, R. E. (2020). *Implementasi Social Presence Dalam Bimbingan Online—Dalam Konteks Perspektif Komunikasi Personal, Interpersonal Dan Impersonal*. ANDI.
- Nashrullah, M., Okvi Maharani, S.Pd., Abdul Rohman, S.Pd., Dr. Eni Fariyatul Fahyuni, M.Pd,I., Dr. Nurdyansyah, M.Pd, & Dr. Rahmania Sri Untari M.Pd. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. UMSIDA Press.
- Saepudin, Surjono, W., & Ading Rahman. (2024). *PERILAKU ORGANISASI*. Cipta Media Nusantara.
https://www.google.co.id/books/edition/PERILAKU_ORGANISASI/Q80gEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM INDONESIA.

- Samekto, A. (2021). *Penerapan Theory Planed Behaviour pada Penggunaan Payment Gateway oleh UKM di Masa Pandemi Covid 19*. PT. Natasya Expanding Management.
- Sembiring, T. Br., Irmawati, S.Sn., M.Pd, Muhammad Sabir, S.Pd., M.Pd, & Indra Tjahyadi, S.S., M.Hum. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN (TEORI DAN PRAKTIK)*. Saba Jaya Publisher.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Surjono, W., Jusuf, E., & Suryana, P. (2023). *Strategi Untuk Meraih Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Lekkas.
- Surjono, W., & Saepudin, H. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_JASA/kSj6EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=overview
- Suwastika, : I Wayan Kayun, Budiman, Casriyanti, Imelda Megawati, Robbi Saepul Rahman, & Franky N. S. Oroh. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Literasi Nusantara Abadi Group.
- Tawe, A., & Bado, B. (2022). *Analisis Statistik Parametrik*. Yayasan Khalifah Cendekia Mandiri.
- Widiana, M. E. (2020). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*. Pena Persada

Jurnal:

- Adawiyah, R. A., & Haris, H. (2024). Pengaruh *Live streaming*, Shopping Lifestyle, dan Hedonic Shopping Value terhadap Impulsive Buying melalui TikTok Shop dengan Mediasi Price Discount pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(2), 372–385. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i2.252>
- Al Jonet, A. S. H., Purwanto, S., & Ariescy, R. R. (2024). Pengaruh Flash Sale dan *Live streaming* terhadap Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(1), 285. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1598>
- Anggraeni, S., Nurfayza, R. ihda, & Inita, Z. (2024). *Pengaruh Live streaming dan Promo Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vention di Aplikasi Shopee*.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Budianto, A. Z., & Kusuma, Y. B. (2024). Pengaruh *Live streaming* Selling, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulsive Buying Pada

- Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7768–7780.
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10091>
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh *Live streaming* terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), Article 2.
<https://doi.org/10.59631/sbr.v1i2.115>
- Faidah, N. M., & Nugroho, R. H. (2024). *The Effect of Live streaming, Price Discounts, Product Reviews on Impulse Buying Behavior at Shopee E-Commerce*.
- Gospa, G. Y., Anggraeni, A. D., & Suarsa, S. H. (2024). PENGARUH *LIVE STREAMING E-COMMERCE TIKTOK TERHADAP PRILAKU IMPULSIVE BUYING*. *Pro Mark*, 14(2), 9–17.
- Haikal, F. (2024). Pengaruh Diskon dan Hedonic Shopping terhadap Keputusan Pembelian Impulsif dengan Mediasi Perceived Value. 2024.
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce*.
- Hudha, I. A. (2021). *PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA 202*.
- Khairani, A., Surbakti, F. J., & Siagian, M. F. R. (2024). *Pengaruh Live streaming Selling dan Diskon Pada Aplikasi Tiktok Shop Terhadap Perilaku Impulse Buying*. 2.
- Rachman, A., Wulandari, D., & Utami, E. S. (t.t.). The Effect of Hedonic Values on Impulsive Purchases Through Shopping Lifestyle and Shopping Enjoyment on Ornamental Plant Consumers on Instagram. 2024.
- Rahma, N. A., Dirgantara, I. M. B., & Almadana, A. V. (2022). *ANALISIS PENGARUH PESAN KELANGKAAN DAN LIVE COMMERCE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan Marketplace Shopee di Kota Semarang)*.
- Ramadhan, I. (2024). Pengaruh *Live streaming* Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Universitas Jambi. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 215–235.
<https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2291>
- Ramadhani, L. N., & Nugroho, D. A. (2024). Pengaruh *Live streaming*, Flash Sale, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 207–215.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.21>
- Rasta, B. B., & Sumardjijati, S. (2024). Komunikasi Persuasif dalam Fitur TikTok *Live streaming* pada Perilaku Impulsive Buying Generasi Z. *JIIP - Jurnal*

Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(9), 9679–9687.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5895>

- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH*. 11(1).
- Sanjaya, B. F., Purnamasari, P., Damanik, R. P. A., & Sambudi, Y. D. (2025). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Pembelian Implusif Sebagai Variable Intervening. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(04), 154–164. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i04.644>
- Solihah, U. I., Pauzy, D. M., & Oktaviani, N. F. (2024). Pengaruh Display Product Dan Discount Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Rabbani (Survei Pada Konsumen Rabbani Di Kota Tasikmalaya): *Jurnal Pakar Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.70963/jpm.v1i1.8>
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i2.2733>
- Valentina, F., Sutianingsih Sutianingsih, Agustin Diah Nurbaiti, & Prisella Putri Octaviyani. (2024). Strategi *Live streaming*, Content Marketing, dan Online Customer Reviews untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*, 1(1), 101–109. <https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v1i1.8>
- Wailan, R. R., Kojo, C., & Taroreh, R. N. (2021). *THE INFLUENCE OF INDIVIDUAL CHARACTERISTICS AND WORK FACILITIES ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT ESTA GROUP JAYA MANADO*.

Website:

- databoks.katadata.co.id. (t.t.). *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain? | Databoks*. Diambil 15 Mei 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1fac6f15645c8fb/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- GoodStats. (2024, Oktober 23). *Platform Live Shopping Terbanyak Digunakan di Indonesia Tahun 2024*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S>
- merdeka.com. (2023, Juni 14). *Survei Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live streaming Paling Populer*. merdeka.com.

<https://www.merdeka.com/uang/survei-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-paling-populer.html>

mnpadmin. (2025, Januari 17). Apa Itu Impulsive Buying dan Bagaimana Pengaruhnya di Dunia E-Commerce? *Multimedia Nusantara Polytechnic*. <https://mnp.ac.id/impulsive-buying/>

Pusat Data dan Sistem Informasi Kemendag. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023* [PowerPoint slides]. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>

Riset Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live streaming Paling Populer. (2023). Kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/riset-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-paling-populer-20b6vSFbFJd>

