

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Nanda Yoga, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh, 'Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda', *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2.2 (2023), pp. 102–10.
- Adzqia, Dini, and Tania Adialita, 'Pengaruh Sales Promotion Terhadap *Impulse buying* Melalui Positive Emotion Pengguna *E-commerce* Shopee', *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13.1 (2024), p. 76.
- Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto, 'Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID', *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2.2 (2020), p. 34.
- Alamin, Zumhur, Randitha Missouri, Sutriawan Sutriawan, Fathir Fathir, and Khairunnas Khairunnas, 'Perkembangan *E-commerce*: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona *Marketplace* Di Indonesia', *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6.2 (2023), pp. 120–31.
- Andina Wulandari, Dinar, and Primasatria Edastama, 'Pengaruh Gratis Ongkir, Flash Sale, Dan *Cashback* Atas Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif', *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1.2 (2022), pp. 29–36.
- Angela, Veliana, and Eristia Lidia Paramita, 'Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse buying* Konsumen Shopee Generasi Z', *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10.2 (2020), pp. 248–62.
- Anggarini, Defia Riski, and Berlintina Permatasari, 'Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar Lampung', *Berlintina Jurnal Bisnis Darmajaya*, 06.02 (2020), pp. 27–37.
- Anggreni, Dhonna, *Penerbit STIKes Majapahit Mojokerto Buku Ajar*, 2022

- Aprilia, Eka Dian, and Ryan Mahfudzi, 'Gaya Hidup Hedonisme Dan *Impulse buying* Pada Mahasiswa', *Jurnal Ecopsy*, 7.2 (2020), pp. 71–78.
- Ariyanti, L, and S S Iriani, 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day: *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial*, 5.2 (2022), pp. 77–85.
- Ariyanti, Lilis, and Sri Setyo Iriani, 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur)', *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1.5 (2022), pp. 491–508.
- Asmarani, Aulia, Murti Wijayanti, and Dody Kurniawan, 'Pengaruh Live Shopping, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap *Impulse buying* Pada Marketplace Tiktok Shop', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.8 (2024), pp. 425–37.
- Astiani, Tita, Riduan Mas'ud, and Taufiq Gozi, 'Pengaruh Hedonic Shopping Motive Dan Visual Merchandising Terhadap *Impulse buying* Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Shopee Di Kota Mataram', *Palapa*, 11.2 (2023), pp. 911–33.
- Aswin, Aswin, Muhammad Rafiq, Yan Aditiya Pratama, and Rini Septiana, 'Perilaku *Online Impulse buying* Pada Marketplace Shopee', *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1 (2022), pp. 81–90.
- Awwaliya Dhiyaus Syamsiyah, and Lia Nirawati, 'Pengaruh *Live streaming* , *Flash sale* , Dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse buying* Pada Pengguna *E-commerce* Shopee Di Surabaya', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.5 (2024), pp. 5024–36.

- Ayu Setianingtyas, Eka Indah Nurlaili, ‘Analisis Social Media Marketing Dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto Ayu Setianingtyas (1) Eka Indah Nurlaili (2)’, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17.2 (2020), pp. 207–23.
- Azizah, Nurul, ‘Strategi Manajemen Pemasaran’, *Yayasan Kita Menulis*, 2.6 (2022), pp. 1–9.
- Beno, J, A.P Silen, and M Yanti, *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), pp. 1–12
- Budi, Sulisty, Utomo Mailina, Harahap Hendro, Sukoco Dewi, Anggraini Neffi Sulkaisi, Andi Tosi Patimang, and others, *Manajemen Pemasaran*, 2024.
- Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni, ‘Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)’, *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3.1 (2024), pp. 1–12.
- Damayanti, Anisia, Rois Arifin, and Rahmawati, ‘Pengaruh Price Discount, *Online Customer Review*, Dan *Voucher* Gratis Ongkos Kirim Terhadap *Impulse buying* Pengguna Shopee Live (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang)’, *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13.01 (2023), pp. 482–91.
- Dani, Rama, Yuni Firayanti, and Fidia Wulansari, ‘Analisis Penggunaan *E-commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nadhlatul Ulama Kalimantan Barat)’, *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1.8 (2024), pp. 561–80.
- Dila Anggraini, ‘Pengaruh *Flash sale* Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara *Online* Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam)’, *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2.01 (2022), pp. 734–49.

- Dinova, Syabani, and Suharyati, 'Pengaruh *Live streaming* Shopping Dan *Flash sale* Terhadap Pembelian Implusif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara', *Journal Of Young Entrepreneurs*, 2.4 (2023), pp. 88–102.
- Elysha, Chynthia Noura, and Kardison Lumban Batu, 'Analisis Pengaruh Visual Appeal Dan Portability Terhadap Urge to Buy Impulsively', *Journal of Research on Business and Tourism*, 4.1 (2024), p. 1.
- Fasyni, Awisal, Astra Prima Budiarti, and Rizki Sri Lasmini, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Online Impuls Buying*', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2021), p. 175.
- Galih Yoga Sasmita, Nurfan, 'Pengaruh Daya Tarik Visual Dan Portabilitas Terhadap *Impulse buying* Melalui Hedonic Browsing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Semarang)', *Diponegoro Journal Management*, 11.1 (2022), pp. 1–15.
- Hamdat, Aminuddin, 'Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis', September 2020, 2020, p. 156.
- Isra, Misra, Wulandari Diah, and Rahma Ely, *Manajemen Pemasaran: Konsep Dan Teori, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2024.
- Jane, Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spsS, *Semarang University Press*, 2021.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Surah Al-Isra Ayat 26-27.
- Kotler, *Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1*, 2005.

- Lathifah, Siti Umi, 'Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia | Kumparan.Com', *Kompasiana.Com*, 2022, pp. 1–7.
- Maria, Fernada, 'Pengaruh Promosi Penjualan, Daya Tarik Iklan Internet, Dan Kualitas Website Terhadap Pembeli Implusif', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3 No 5.September (2016), pp. 31–48.
- Masrur, Khoirussiva Ubaidillah, 'Pengaruh Pemahaman Konsumsi Islam, *Flash sale* Dan Iklan Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee (Studi Kasus Pada Muslim Kota Malang', 3 (2021), pp. 174–81.
- Mursalin, Rahmawati, Diesyana Ajeng Pramesti, and Nia Kurniati Bachtiar, 'Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic word of mouth*, Hedonic Shopping Motivation Terhadap *Impulse buying*', *The 5th Beneficium*, 6.8 (2022), pp. 493–506.
- Musnaini, Yohanes T Suyoto, Wiwik Handayani, and Muhammad Jihadi, *Manajemen Pemasaran*, 2021.
- Mustajibah, Tutik, and Agus Trilaksana, 'DINAMIKA *E-COMMERCE* DI INDONESIA TAHUN 1999-2015 Tutik Mustajibah Agus Trilaksana', *Journal Pendidikan Sejarah*, 10.3 (2021), p. 35.
- Pane, Dewi Nurmasari;, Miftah El; Fikri, and Nurafrina Siregar, 'Upaya Peningkatan Repurchase Intention Melalui Sosial Media Dan Word of Mouth Terhadap Hotel Parbaba Beach Di Daerah Pariwisata Kabupaten Samosir', *Jurnal Manajemen Tools*, 12.1 (2020), pp. 12–20.
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana, *Journal GEEJ*, 2020.
- Purbasari, Dewi Maharani, and Mutia Raras Respati, '*Electronic word of mouth* Saat Penjualan *Live streaming* Shopee Dalam Meningkatkan *Impulse buying*', *Jurnal Maneksi*, 13.1 (2024), pp. 22–34.

- Putri, Ishma Azizah Dwi, and Khusnul Fikriyah, 'Pengaruh *Influencer* Dan *Online Customer Review* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 07.01 (2023), pp. 1–12.
- Putri, Rachma, and Bambang Munas, 'PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel Di Kota Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 12.1 (2023), pp. 1–15.
- Putriyani, Syahwa, and Abdul Aziz, 'Pengaruh Psikologis , Harga Dan Tampilan Produk Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Tren Sebagai Variabel Intervening Di Shopee', 2025.
- Rahma, Zulfa, Dinalestari Purbawati, and Hari Susanta Nugraha, 'Pengaruh E-Product Quality, E-Promotion, Dan E-Word Of Mouth Terhadap E-Buying Decision (Pengguna Shopee Mahasiswa Strata I Fisip Universitas Diponegoro)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12.1 (2023), pp. 92–102.
- Rantung, Levina Rachel, Silvya L Mandey, Universitas Sam, and Ratulangi Manado, 'PENGARUH FAHION INVOLVEMENT , VISUAL MERCHANDISING DAN UTILITARIAN MOTIVATION TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA SHOPEE DI SILIAN RAYA THE INFLUENCE OF FAHION INVOLVEMENT , VISUAL MERCHANDISING AND', 13.1 (2025), pp. 696–708.
- Resta, Ananda, Khabib Alia Akhmad, and Rayhan Gunaningrat, 'Pengaruh Program *Voucher* Diskon Dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Shopee Food', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.1 (2023), pp. 759–71.

- Rika, Amelia Wati, M Basalamah Basalamah, and Rahmawati Rahmawati, 'Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer *Online Review* Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara *Online* Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang)', *E-JRM Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10.13 (2021), pp. 120–33.
- Rizqia Savitri, Rezqiqi, and Alimuddin Rizal Riva'i, 'The Influence Of Flash Sale, *Live streaming* And *Electronic word of mouth* On *Impulse buying* Among Shopee Users', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.1 (2024), pp. 1026–33.
- Rolando, Benediktus, Delizea Christy, Disa Rantetandung, Ni Nyoman, and Teristiyani Winaya, 'HUBUNGAN PENAWARAN KHUSUS PADA TANGGAL ISTIMEWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *PLATFORM* E-COMMERCE SHOPEE', 1.8 (2024), pp. 315–28.
- Rukmana, Muhammad, Rois Arifin, and M Hufron, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis', *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8.3 (2019), pp. 73–89.
- Santoso, Christofer Nugroho, 'Pengaruh E-Design & E-Review Brand Roughneck 1991 Terhadap *Online Impulse buying* Pada *E-commerce* Shopee', *Commercium*, 6.3 (2023), pp. 202–12.
- Sari, Vina Ilhamna, and Veni Rafida, 'Pengaruh Content Marketing, *Electronic word of mouth*(E-Wom), Dan Price Discountaplikasi Shopee Terhadap *Impulse buying*produk Fashionjiniso Pada Generasi Zdi Kota Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12.2 (2024).

- Sifdasani, S, 'Pengaruh Promosi, Visual Merchandising *Online*, Emosi Positif, E-Wom Dan Kepercayaan Terhadap *Impulse buying* Mahasiswa Febi Uin KH Abdurrahman Wahid', 2024.
- Soesana, Abigail, Hani Subakti, Salamun Salamun, Isnada Waris Tasrim, Karwanto Karwanto, Ilham Falani, and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2023.
- Soleha, Ati Nurjanah, and Hendra Permadi, 'PENGARUH *FLASH SALE* DAN PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA', 2.2 (2024), pp. 56–68.
- Sudariana, and Yoedani, 'Analisis Statistik Regresi Linier Berganda', *Seniman Transaction*, 2.2 (2022), pp. 1–11.
- Sulistiyono, *Manajemen Pemasaran: Definisi Manajemen Pemasaran*, Liberty, Yogyakarta., 2014.
- Trihudyatmanto, M., 'Analisa Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap *Impulse buying* Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening', *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3.2 (2020), pp. 136–46.
- Tumanggor, Simon, Prasetyo Hadi, and Rosali Sembiring, 'Pembelian Impulsif Pada *E-commerce* Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Jakarta Selatan)', *Journal of Business and Banking*, 11.2 (2022), p. 251.
- Varidah, Khanif, Kristiningsih, Phonny Aditiawan Mulyana, and Muhammad Alhakim Danurwindo, 'Pengaruh Word of Mouth, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Red Koffee Armina Daily', *ABA Journal*, 88.MAR./JUL. (2022), pp. 165–78.
- Windi Ariesti Anggraeni, and Dkk, *Manajemen Pemasaran*, 2023.

- Wulandari, Ning Tiyas, Apriatni Endang Prihatini, and Naili Farida, 'Pengaruh Emosi Positif Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12.1 (2023), pp. 81–91.
- Zaeni, Putri Anastasya Herdianti; Isyanto, Puji, 'Pengaruh Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Penulis Korespodensi', 2.2b (2024), pp. 733–40.
- Zahri, Nadila Jannatul, Andi Mulyadi Luthfi, and Diana Titik Windayati, 'Pengaruh Flash Sale, Promo Gratis Ongkos Kirim, Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Melalui *E-commerce* Shopee Di Kota Batam', *Ejournal*, 14.2 (2024), pp. 60–70.