

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, I., & Antika, R. M. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming dan Diskon Harga di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus di Jakarta Selatan). *Management Research and Business Journal*, 1(2), 103-119.
- Afif, M., & Purwanto, P. (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*, 2(2), 34-52.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 223-236.
- Andriani, F., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 985-1005.
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., Suyatno, A., Fadillah, M. I., Adam, K. A., Nurhayati, N., Puspitasari, M., & Abdillah, F. (2023). *Perilaku konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Anita, S. Y., Raharjo, T. B., Harinie, L. T., Firdaus, Razak, M., Pratiwi, N., Rahmani, S., Nurunnisha, G. A., Mustafa, F., Hapsari, T. P., Rokhman, M. T., Sugiarti, Sari, O. Y., & Dewi, K. A. (2024). *Prinsip-prinsip pemasaran dalam dunia bisnis*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arofah, C., & Fauzi, R. U. A. (2023, September). Pengaruh Brand Ambassador, Flash Sale, Cashback, Gratis Ongkir, WOM Terhadap Pembelian Impulsif. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Cinthy. (2021). Free Ongkir Adalah: Pengertian dan strategi ampuh dalam menerapkannya. Diambil dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/free-ongkir/> diakses pada 24 November 2024.
- Diba, D. S. (2013). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3).
- Chezaali I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. CV. pustaka Ilmu Group.



- Khairinal. (2016). Menyusun Proposal Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Jambi: Salim.
- Kumala, F. O. N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ecodemica*, 6(1), 1-11.
- Kushariyadi , Irdiana ,Sukma ., Mustafa, Fahrina ., Sokid , Sugiarti, (2025) The Ability of Brand Image and Digital Promotion in Explaining Purchase Intention of Counterfeits Electronic Products, *International Journal of Engineering, Science and Information Technology* Volume 5 No. 2 pp. 28-32
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2)
- Kusumayanti, K. (2024). PENGARUH GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BELANJA TIKTOKDHOP. *JURNAL AL-AMAL*, 2(1), 28-34.
- Lindawati, L., Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023, August). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-10).
- Mustafa, F., Almaududi Ausat, A. M., & Kraugusteeliana, K. (2024). The role of business information systems in strategic decision-making: Implications for innovation and market adaptation. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1468-1475. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14099>
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan Data Penelitian. Semarang: UIN
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z@Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3664-3671.
- Oktavyana, K., Habra, M. D., Fikri, M. H., & Siregar, H. (2024). Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna TikTok Shop Pada Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam). *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 1016-1024.
- Purnomo, R.A. (2016). Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS.
- Rahmawati, A. D. (2023) PENGARUH FLASH SALE, GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN CASHBACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS ANAK KOS DI KOTA SEMARANG). Skripsi. Universitas Semarang (USM). Semarang.
- Revou. (2024). Live Streaming. Diambil dari <https://revou.co/kosakata/live-streaming> diakses pada 24 November 2024.
- Sugandi, A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis terhadap pembelian Impulsif pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen*, 7(1).



- Sandra, J. V., & Anjaningrum, W. D. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Department Store Pasar Besar Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 49-59.
- Sania, A. M. F., & Febriana, P. (2024). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(2), 37-48.
- 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.
- Siregar, S. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sitanggang, A. S., Mahandika, A., Solehin, F., Wirasoemantri, R. R. H., & Al Ghifari, M. N. (2024). PENGARUH DISKON PADA LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Inovasi Ekonomi dan Bisnis*, 6(3).
- Slice.id (2024). Jumlah pengguna media sosial di indonesia 2024. <http://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>. Diakses pada november 2024.
- Slice.id (2024). Waktu penggunaan media sosial di indonesia 2024. <http://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>. Diakses pada november 2024.
- Sodik, M. A., & Siyoto, S. (2015). Dasar Metodologi Penelitian (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Sofyan. (2021). Pengertian Diskon: Tujuan, Jenis-jenis dan cara menghitung. Diambil dari <https://www.gramedia.com/literasi/brand-equity-adalah/> diakses pada 24 November 2024.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Rnd. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: 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.
- Sujarweni, W. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru.



ingsih, O., Kurniati, E., & Adetya, P. S. (2024). Pengaruh live streaming shopping dan time limit terhadap perilaku impulsive buying pada pembelian online di aplikasi TikTokshop dalam perspektif bisnis variabel:(Studi pada pengguna TikTokshop di Kota Bandar Lampung).

- Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 351-364.
- Suradi, A., Purwati, S., Zakaria, M., Nurbakti, R., & Mustafa, F. (2024). Analysis of Determinant Factors Customer Loyalty Towards Brand in The Telecommunication Industry With The Digitalization Paradigm. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 36-41.
- Tjiptono, F. Anastasia Diana (2020). Pemasaran. CV Andi Offset
- Umar, H. (2013). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Wulandari, D. A., & Edastama, P. (2022). Pengaruh Gratis Ongkir, Flash Sale, Dan Cashback Atas Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 29-36.
- Zaeni, P. A. H., & Isyanto, P. (2024). Pengaruh Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(2b), 733-740.
- Zulfadli, S., Parawansa, D. A. S., & Mustafa, F. (2023). The Influence of Consumer Behavior on Purchase Decision of Indomie Instant Noodle Products at PT. Indofood Success Makmur TBK: Case Study on Students of The Faculty of Economics, Makassar State University. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(2), 1386-1393.

