

DAFTAR PUSTAKA

- A.Usmara. (2017). *Marketing Classics*. Jogja: Amara Books.
- Adminlp2m. (2022, Januari 27). *Lp2m.Uma*. Retrieved From Lp2m: <https://lp2m.uma.ac.id/2022/01/27/Apa-Itu-Margin-Error-Pengertian-Perhitungan-Dengan-Contoh/>. Diakses Pada 24 Januari.
- Annur, C. M. (2022, July 6). *Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>. diakses pada 15 Mei.
- Aries Veronica, E. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Get Press.
- Aulia, H. (2022, October 31). *Sering Belanja Tanpa Sebab? Kenali Istilah Impulsive Buying dan Ciri-cirinya*. Retrieved from liputan6: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5112162/sering-belanja-tanpa-sebab-kenali-istilah-impulsive-buying-dan-ciri-cirinya>. diakses pada 15 Mei.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Bambang Sudaryana, R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Bayu, D. (2022, September 21). *Laporan Survei Belanja Online 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>. Diakses pada 1 Desember
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Dwiastono, R. (2022, September 9). *Berjualan Lewat Live Streaming TikTok: Apakah Ini Masa Depan Online Shopping?* Retrieved from Voa Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-tiktok-apakah-ini-masa-depan-online-shopping-/6737682.html>. diakses pada 8 Desember.
- Emva, N. S. (2022). Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying Behavior (Studi pada E-Commerce Sociolla).
- Fransisca Veronika Claudya Titing, F. G. (2022). Influence Of Shopping Lifestyle, Discount And Fashion Involvement On Impulsive Buying Of Shopee Online Shopping. *Jurnal Emba*.
- Gesty Ernestivita, B. S. (2023). *Seni Digital Marketing untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Media Sains Indonesia.
- ginee, t. (2021, November 9). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!* Retrieved from Ginee: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>. diakses pada 4 Desember.
- H. Ahmad Luthfi, S. K. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Insan Cendekia Mandiri.
- Indah Fatmawati, F. D. (2020). The Influence Of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, And Time Availability On Emotional Response And Impulse Buying. *Atlantis Press*.
- Indonesia, C. (2022, September 21). *Apa Itu Tiktok Shop Dan Cara Menggunakannya*. From Cnn Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/Apa-Itu-Tiktok-Shop-Dan-Cara-Menggunakannya>. Diakses Pada 1 Desember

- Ini, B. H. (2020, February 19). *Ini Asal Muasal Tiktok Yang Kini Mendunia*. From Berita Hari Ini: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18qadaen/full>. Diakses Pada 1 Desember
- Jamaludin, F. (2022, September 22). *Tiktok Shop Makin Digemari Perempuan Belanja Online*. Retrieved From Merdeka>Teknologi: <https://www.merdeka.com/teknologi/tiktok-shop-makin-digemari-perempuan-belanja-online.html>. Diakses Pada 26 Februari
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Kemp, S. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Retrieved from DATA REPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. diakses pada 4 desember.
- Kompas, T. (2022, September 25). *Orang Indonesia Makin Gemar Belanja Online Lewat Media Sosial, Terbanyak Di Tiktok Shop*. Retrieved From Kompas.Com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/09/25/08000077/orang-indonesia-makin-gemar-belanja-online-lewat-media-sosial-terbanyak-di#:~:Text=Menurut%20riset%20populix%2c%20ke%20depannya,Kecil%20di%20seluruh%20pulau%20jawa>. Diakses Pada 1 Maret
- Lathiyfah Shanti Purnamasari, B. S. (2021). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SHOPEE.CO.ID. *Cakrawala*.
- Logos, I. (2022, October 17). *1000 Logos*. From Logo Tiktok: <https://1000logos.net/tiktok-logo/>. Diakses Pada 1 Desember
- Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsiq). *Jebe*.
- Mifta Huljannah, R. A. (2020). Influence Price Discount And Shopping Lifestyle Against. *Journal Of Islamic Economic Scholar*.
- Muhammad Rizki Maulana Putra, M. A. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syari'ah*.
- Nizar Alam Hamdani, M. K. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Shopping Lifestyle Terhadap. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*.
- Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On Impulse Buying. *Sosiohumaniora*.
- Nurul Ittaqullah, R. M. (2020). The Effects Of Mobile Marketing, Discount, And Lifestyle On Consumers' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace. *International Journal Of Scientific & Technology Research*.
- populix, t. (2020). *Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*. Retrieved from Populix: <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/>. diakses pada 1 desember.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Alfabeta.
- Putri Agustin Dwi Ningrum, H. P. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Upn "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 770.

- Rakha, R. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying pada Mayoutfit Jakarta.
- Ramadhan, M. G. (2021). Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying pada platform Aplikasi Tokopedia .
- Reni Suci Wahyuni, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 148-149.
- Rhani Nastiti, E. S. (2020). The Effect Of Flash Sale And Discount Towards Impulsive Buying (Study On Shopee Users). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*.
- Sa'adah, L. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Salsabil, M. F. (2021). Pengaruh Motivasi Belanda Hedonis dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Instagram Pada Schn Shyndicate.
- Siska Hastari Utami, Y. A. (2020). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Slamet Riyanto, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardin, H. M. (2023). *Statistika Bisnis Aplikasi Software Spss Dan Eviews*. Media Sains Indonesia.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ PRESS.
- Sumarwan, U. (2018). *Riset pemasaran dan konsumen seri 1*. PT Penerbit IPB Press.
- Tiktok. (N.D.). *Tiktok*. From Tentang Tiktok: <https://www.tiktok.com/about?lang=id>. Diakses Pada 2 Desember
- Tiktok. (N.D.). *Verhan.Id*. From Kantor Tiktok Indonesia Dimana? Ini Alamat Lengkapnya: <https://www.verhan.id/2022/07/kantor-tiktok-indonesia.html>. Diakses Pada 2 Desember
- Triana Ariska Wulandari, M. I. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 845.
- Wilujeng, S. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang. *Seminar Nasional & Call For People*.
- Wulandari, M. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Jakarta.