

DAFTAR PUSTAKA

- A., S. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Ifabeta.
- Aditya, & Wardhana. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Jawa Tengah: CV Eureka Media Aksara.
- Alamsyah, A., Bastikarana, R. S., Ramadhanti, A. R., & Widiyanesti, S. (2020, June). Recognizing Personality from Social Media Linguistic Cues: A Case Study of Brand Ambassador Personality. In 2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT) (pp. 1-5). IEEE.
- Ambarwati, R., & Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Pustaka Rumah Cinta.
- Ardiyanti, V. D. (2023). The Effect of TikTok Live Streaming Shopping on Impulse Buying Behavior in The 2023 Global Crisis. *Asian Journal of Logistics Management*.
- Arestrias, & Wijanarko. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap . *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* , 248.
- Askegaard, S. (2015). Consumer culture theory (CCT). The Wiley Blackwell encyclopedia of consumption and consumer studies, 1-4.
- Budi, A. D., Septiana, L., & Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*.
- Budi, A. D., Septiana, L., & Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*.
- Budi, A. D., Septiana, L., & Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*.

- Budi, A. D., Septiana, L., & Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*.
- Dadan, S., & Euphrasia, S. S. (2019). Aplikasi Manajemen Bisnis. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis (NUSAMBA)*.
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in . *Journal of Social Science Studies*.
- Darwipat, D., & Syam, A. (2020). Pengaruh Program Flash Sale terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace. *Journal of Economic Education and Entrepreneur Studies*.
- David, J. E. A., & Fabillar, H. M. (2024). PURCHASING BEHAVIOR AND SATISFACTION OF FAST-FOOD RESTAURANT CUSTOMERS IN CALBAYOG CITY. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(2), 99-106.
- Devica. (2020). *Persepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian*.
- Greissela, A. S., Silvy, L. M., & Ferdy, R. (2023). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI LAZADA DI KOTA MANADO. *ISSN 2303-1174*.
- Gulfaz, M. B., Sufyan, M., Mustak, M., SALminen, J., & Srivastava, D. K. (2022). Understanding the impact of online customers' shopping experience on online impulsive buying: A study one two leading e-commerce platforms. *Journal of retailing and consumer services*.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga, Jawa Tengah: PT Eureka Media Aksara.
- Jannah, M, W., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh diskon flash sale, rating, dan gratis . *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Khairunas. (2020). Bahaya Impulse Buying pada Pelanggan Online Shop Saat . *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu sosial*.

- Li, M., Wang, Q., & Cao, Y. (2022). Understanding consumer online impulse buying in live streaming e-commerce: A stimulus-organism-response framework. *International journal of environmental research and public health*, 19(7), 4378.
- Nighel, & Sharif. (2022). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap . *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* , 248.
- Nugraha, J. P., Elvira, L., Yunus, A. I., Boormasa, M. F., Sholihah, D. D., & Puspitasari, R. (2022). *Manajemen Bisnis*. . PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Nurul, A. F., & Adidtya, P. (2023). PENEREPAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK MEMODELKAN PEMERINGKATAN PERGURUAN TINGGI DI KOTA MEDAN. *Jurnal Deli Sains Informatika Vol.2, No.2*, .
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, Moh. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200.
- Ramadani, V., Anggadwita, G., Welsh, D. H., & Permatasari, A. (2020). Social innovation in public sector services. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 6(3), 416-433.
- Renita. (2024). Pengaruh Flash Sale Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui . *Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 89.
- Rizki, O., Kokom, K., & Faizal, M. (2022). Analysis Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation And Flash Sale On Online Impulse Buying.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Journal STAI DDI Kota Makassar*.
- Safitri, T. Y., & Hatammimi, J. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi pada Mahasiswi Sekolah Bisnis di Bandung). *eProceedings of Management*, 1(3).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Customer Behavior (Vol. 12)*. . Pearson.

- Simanjuntak, M., & Shahirah, I. (2024). Indonesian Consumer Complaint Behavior Based on Ethnic Groups and Generations. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 26(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (Sutopo (ED); 1st ed)*. ALFABETA CV.
- Tahitu, A., Tutuhaturunewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP GAYA KEPEMIMPINAN LURAH MILENIAL DI KOTA AMBON. *Jurnal BADATI*.
- Utami, C., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Flash Sale dan Diskon terhadap Impulsive Buying pada Produk Fashion di Shopee. *Journal of Management and Business (JOMB)*.
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How live streaming changes shopping decisions in e-commerce: A study of live streaming commerce. *Computer Supported Cooperative Work*.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Kabupaten Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wongkitrungrueng, & Assarut. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of business research*.
- Zhang, J., Xue, Y., Wen, F., Liu, D., Luo, P., & Li, Y. (2020, November). Extended Engel-Kollat-Blackwell Consumption Behavior Model for Residential Customers. In 2020 International Conference on Smart Grids and Energy Systems (SGES) (pp. 751-756). IEEE.