

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, S., & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV Widina Media Utama.  
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/560444/>
- Chen, C.-C., & Lin, Y.-C. (2018). *What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement*. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303.  
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>
- Fitryani, & Nanda, A. S. (2021). *Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Covid-19 Dalam Mendorong Minat Belanja Masyarakat Sidoarjo*. Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU), 1(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v1i1.86>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R., Purwati, E., Arumsari, N., Pujiastuti, N. S., Kussanti, D. P., Falimu, Muhaimin, Dani, J. A., Syaifullah, J., Suryani, I., Nurcandrani, P. S., Wardhana, A., Mayratih, S., Wijayanti, C. N., & Sari, A. A. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Terkini*. Penerbit Insania.
- Handayani, S. (2019). *Peran Logo Dan Sertifikasi Halal Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Restoran Cheese Chicken*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (2018). *Pengaruh Lifestyle Dan In Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang)*.
- Nasution, O. B. (2019). *Faktor Penentu Sikap Konsumen Untuk Berbelanja Daring Melalui Marketplace*. *Jurnal Manajemen*, 9(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.26460/jm.v9i1.976>

- Nurhanah, D., Budianto, A., & Toto. (2019). *Pengaruh Customer Trust Dan Customer Perceived Terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi pada Toko Rabbani Tasikmalaya)*. Business Management and Entrepreneurship Journal, 1.
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(5), 945–962. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1182>
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, K., Susilawati, E., Yusran, R. R., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/>
- Ravenska, N., & Zulvia, P. (2022). *Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya Pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 16(1), 15–26. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.133>
- Saroh, S., & Hardati, R. N. (2021). *Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren*. JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 10.
- Shilawati, A., & Sumitro, S. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tipar Cakung Jakarta Timur)*. <http://repository.stei.ac.id/1069/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sunarto. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S*. Jurnal Moneter, V(1), 35–43.
- Sutha, D. W. (2021). *Biostatistika: Buku Ajar*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). *Kajian Literatur Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis*.

- Yahmini, E. (2020). *Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga*. *exero:journal of research in business and economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>
- Zhang, Z., Zhang, N., & Wang, J. (2022). *The Influencing Factors on Impulse Buying Behavior of Consumers under the Mode of Hunger Marketing in Live Commerce*. *Sustainability*, 14(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/su14042122>
- Zulfa, M., & Yudhianto, D. (2018). *Model Peningkatan Pembelian Pada Media Belanja Online Instagram Melalui Orientasi Belanja, Kualitas Web, Harga Dan Word Of Mouth Communications*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 129. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.129-141>