

DAFTAR PUSTAKA

- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54-64.
- Amallia, A. R., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Fitur Live Shopee Dan Product Browsing Terhadap Online Impulsif Buying Melalui Shopping Enjoyment Pada Produk Fashion (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kota Pekanbaru).
- Asih, P. B. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Dki Jakarta
- Rosiadi, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Aqila Trans 99 Di Lumajang).
- Hermawan, F. T. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *Stie Indonesia*, 53(9), 1689-99.
- Sembiring, L. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area). Skripsi
- Dinova, S. (2023). Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara. *Journal Of Young Entrepreneurs*, 2(4).
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rummyeni, R. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service And Governance Journal*, 4(1), 01-19.
- Delvianti, D. (2023). Analisis Pengelolaan Dan Pertanggungjawaban Aset Tetap Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 Di Kelurahan Pulo Gebang (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi
- Rizkya, S. N., Sarah, S., & Fanji, F. W. (2024). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, Dan Live Streaming Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 83-99

- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee).
- Telaumbanua, S. W., & Firmialy, S. D. (2024). Analisis Pengaruh Price Perception Terhadap Impulse Buying Dengan Perceived Risk Sebagai Moderator Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Shopee Live Streaming) Di Jawa Barat.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54-64.
- Wati, T. A. (2023). Analisis Pengaruh Iklan Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Pada Tik Tok Shop Di Desa Teluk Kecapi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 513-522.
- Fitriana, F. D., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Flash Sale, Discount Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna Shopee Di Soloraya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 712-723.
- Yaziid, M. N., Sumarno, S., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fkip Universitas Riau. *Mantap: Journal Of Management Accounting, Tax And Production*, 2(1), 318-328.
- Efendi, B. G. (2024). Pengaruh Live Streaming, Cash On Delivery, Dan E-Trust Terhadap E-Impulse Buying Produk Fashion Oleh Pengguna Shopee Di Kota Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi
- Sholekhah, A. (2023). Pengaruh Program Flash Sale Tik Tok Shop Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Z Menurut Etika Konsumsi Dalam Ekonomi Syariah. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Insani, M. F. (2023). Analisis Pengaruh Marketplace Shopee Dan Modern Lifestyle Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Dan Feb Usk) (Doctoral Dissertation, Uin Ar-Raniry Banda Aceh).
- Adinda, A. A. (2021). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store Di Kota Bandung) (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Sembiring, L. S. (2024). *Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan* (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area). Skripsi.
- Rifai, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt Utama Sejuk Abadi* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala). Skripsi.
- Ariska, Y. I., Yustanti, N. V., & Ervina, R. (2022). Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” Dan Program Flash Sale Pada Marketplace Shoppe Untuk Mendorong Impulsive Buying Secara Online. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 109-120.
- Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika, A. (2022). Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline gratis ongkir Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(4), 734-749.
- Fatmawati, E. U., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kampus Swasta Unisma Dan Umm). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(1), 197-205.
- Fitriani, O. N., & Walyoto, S. (2023). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Di Sukoharjo* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said). Skripsi
- Ismaya, L. T., & Mardhiyah, A. (2024). Pengaruh Tagline, Discount Dan Viral Marketing Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Lubuk Pakam. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 537-558.
- Yusuf, M., & Erliyana, N. (2024). Pengaruh Promo Flash Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi): Fakultas. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(9).
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, 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 (Jimmba)*, 2(2), 144-154.
- Pengaruh *Flash Sale* Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Di Universitas Sam Ratulangi)
- Krisito, R. E., Musnaini, M., Fazri, A., & Khotib, W. (2024). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Dan *Countdown Time* Terhadap *Impulse Buying* Pada

Aplikasi Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 18140-18153.

- Laksmawan, A. A., & Handayani, L. S. (2024). Pengaruh Diskon, Tagline Gratis Ongkos Kirim, Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada *E-Commerce* Shopee (Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020 Yang Menggunakan E-Commerce Shopee). *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 7460-7470.
- Rizkya, S. N., Sarah, S., & Fanji, F. W. (2024). Pengaruh *Flash Sale*, Gratis Ongkos Kirim, Dan *Live Streaming* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 83-99.
- Sucipto, D., & Niazi, H. A. (2024). Pengaruh *Flash Sale*, Price Discount Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Konsumen Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Ciledug, Kota Tangerang). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 315-326.
- Pramesti, C. Pengaruh Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tadris Ips Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (Bachelor's Thesis, Jakarta: Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).Skripsi
- Ariska, Y. I., Yustanti, N. V., & Ervina, R. (2022). Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” Dan Program *Flash Sale* Pada Marketplace Shoppe Untuk Mendorong *Impulsive Buying* Secara Online. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 109-120.
- Novitasari, E., & Wiyono, A. S. (2023). Pengaruh *Cashback*, Diskon, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Shopeefood* (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Surakarta) (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta). Skripsi
- Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, *Flash Sale* Dan *Cash On Delivery*, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).Skripsi
- Saputri, M. E., & Junaidi, M. R. (2023). Pengaruh Diskon, Tagline Gratis Ongkir, Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Kasus Konsumen Ms Glow Di Kecamatan Banjarsari) (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).Skripsi.
- Salsabilla, D. (2022). Pengaruh Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Shopee (Studi Mahasiswa Febi Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018) (Doctoral Dissertation, Iain Manado).Skripsi

- Faza Sarifatun, N. (2023). Pengaruh Diskon, Cashback, Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Purwokerto) (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri). Skripsi
- Fitriana, F. D., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh *Flash Sale*, *Discount* Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pengguna Shopee Di Soloraya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 712-723.
- Norhilaliah, N., & Agustina, E. S. (2024). Pengaruh Program *Flash Sale* Dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Pengguna Tiktok Shop. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 6(1), 51-57.
- 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.
- Khotimah, K., & Syafwandi, S. (2024). Analisis Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gratis Ongkir, Dan Consumer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Online Shop. *Journal Of Internet And Software Engineering*, 1(2), 14-14.
- Maulida, S. N. (2022). Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon *Cashback*, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo*. Skripsi
- Syauqi, A., Lubis, F. A., & Atika, A. (2022). Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, Tagline gratis ongkir Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(4), 734-749.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
- Putri, N. M. E., & Sudaryanto, B. (2022). Nalisis Pengaruh *Price Discount* Dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(2).
- Andriani, M. (2021). Pengaruh *Flash Sale* Dan *Live Streaming* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Impulsive Buying* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee) (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta). Skripsi

- Efendi, B. G. (2024). Pengaruh *Live Streaming*, *Cash On Delivery*, Dan *E-Trust* Terhadap *E-Impulse Buying* Produk Fashion Oleh Pengguna Shopee Di Kota Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi
- Rifai, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt Utama Sejuk Abadi (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala). Skripsi
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022, September). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-Wom Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. In Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan (Vol. 12, No. 1, Pp. 59-69).
- Analisis Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gratis Ongkir, Dan Consumer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Online Shop
- Sholekhah, A. (2023). Pengaruh Program Flash Sale Tik Tok Shop Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Z Menurut Etika Konsumsi Dalam Ekonomi Syariah. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).
- Hady, I. F., Izzuddin, A., & Wibowo, Y. G. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Discount, Live Streaming Shopping, And Payment Methods On Impulse Buying Fashion Products On The Shopee Marketplace. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(3), 455-470.
- Sembiring, L. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area). Skripsi
- Ferdin, F. (2023). Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Tokopedia (Kota Tangerang Dan Sekitarnya) (Doctoral Dissertation, Universitas Buddhi Dharma). Skripsi
- Wulandari, N. (2020). Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi
- Maulida, S. N. (2022). Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, Dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo. Skripsi
- Setiawan, A. (2023). Pengaruh Flash Sale Dan Gratis Ongkir Tik Tok Shop Terhadap Pembelian Impulsif Pada Masyarakat Beringin Lestari Tapung Hilir Menurut Ekonomi Syariah (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi

- Amalia, P. (2023). Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam Uii (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia). Skripsi
- Ramadhani, L. N., & Nugroho, D. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1).
- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 970-980.
- Al Jonet, A. S. H., Purwanto, S., & Ariescy, R. R. (2024). Pengaruh Flash Sale Dan Live Streaming Terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 285-292.
- Safira, A. M., & Novie, M. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Oleh Consumer Shopping Motivation (Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 197-203.
- Safira, A. M., & Novie, M. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Oleh Consumer Shopping Motivation (Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 197-203.
- Rahayu, N., Rakhmawati, D., & Arista, I. G. A. (2024). Pengaruh Live Streamer Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulsive Buying (Studi Kasus Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mataram). *Ganec Swara*, 18(1), 263-268.
- Noviasih, E., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Price Discount, Kualitas Website, Terhadap Impulse Buying Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Di Yogyakarta). *Stability: Journal Of Management And Business*, 4(2), 91-102.
- Budianto, A. Z., & Kusuma, Y. B. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Surabaya. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 7768-7780.
- Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Live Streaming Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pembelian Produk Di Tiktok Shop. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 5(3), 302-314.
- Agustin, M., Darna, N., & Kasman, K. (2024). Pengaruh Discount Dan Live Streaming Terhadap Impulsive Buying: Suatu Studi Pada Konsumen Produk Online Shop Berhijab. *Co Di Lumbung. Wawasan: Jurnal Ilmu g*
- Sucipto, D., & Niazi, H. A. (2024). Pengaruh Flash Sale, Price Discount Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen

- Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Ciledug, Kota Tangerang). Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 3(1), 315-326.
- Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. Jurnal Al-Amal, 2(1), 1-7.
- Yuzahrani, A. R., Putra, D. S. C., Sirri, R., Fatikha, A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Analisis Pemanfaatan Shopee Live Sebagai Platform Pengembangan Bisnis Dalam Era Digital. Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 174-178.
- Anwar, M. S. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi
- Akbar, M. N., & Irawati, F. E. (2023). Pengaruh Promosi Dan Diskon Pada Keputusan Pembelian Di Ada Swalayan Kudus. Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi, 4(1), 30-37.
- Ananda, R. F., Siregar, E. S., & Saputra, O. (2023). Pengaruh Diskon Harga Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok: (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi). Journal Sains Student Research, 1(2), 144-158.
- Purnama, L. G., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Consumer Di Marketplace Shopee Pada Generasi Z. Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 4(2), 138-147.
- Abdullah, K Dkk, 2021, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota Ikapi, Aceh.
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B. (2024), Pengantar E-Commerce Dan Platform Digital, Pt. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi
- Sari, D. C., Dkk, (2021), Manajemen Pemasaran, Media Sains Indonesia, Bandung - Jawa Barat.
- Nazarudin, H., & Sayd, A. I. (2023). Penerapan Teori Planned of Behavior untuk Memprediksi Niat Berkunjung pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata di Masa Pandemi Covid 19. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 8(1), 104-110.
- Adha, M. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming, Dan Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Produk Kosmetik Pinkflash Di Shopee (Studi Pada Generasi Z Di Pekanbaru) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Skripsi
- Hendri Herman (Ed), Nandang Lesmana, Ilham Hakim et all, 2022, Manajemen Pemasaran, Strategy Cita Semesta, Depok.
- Reken Feky, Erdawati Et All, 2024, Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran, Cv. Gita Lentera, Padang.

Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, et all, 2021, Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi, Pascal Books, Tangerang Selatan.

