

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Erina, Eddy, Diana Afriani, Nendy Agusfianto Pratama, Yusi Faizathul Octavia, Titiek Mulyaningsih, Satriawan, *et al.* *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Edited by Ahmad Bairizki. Cet. Pertama. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit Seval), 2022. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/JYV4EAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi manajemen pemasaran menurut para ahli&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/JYV4EAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi+manajemen+pemasaran+menurut+para+ahli&pg=PR2&printsec=frontcover).
- Amalia, Alifa Roja, and Syaefulloh. “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).” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17, no. 6 (2023): 3809–3833.
- Andini, Maulida Putri, A Firsar Ariza, and Dyah Sri Wulandari. “Pengaruh Tagline ‘Gratis Ongkir’ Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa.” *Education (Economics and Education Journal)* 5, no. 2 (2023): 114–130. <http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation/article/view/3512>.
- Anggraini, Dila, Heru Aulia Azman, Nurul Fadhila Hasanah, Habil Febrian, and Anwar Sholihin. “Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 618–629.
- Ani, Jilhansyah, Bode Lumanauw, and Jeffry L. A. Tampenawas. “The Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado City.” *Jurnal Emba* 9, no. 2 (2021): 663–674.
- Aqidah, Waqi’atul. “Analisis Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Remaja Gen-Z Pada Marketplace Shopee Live Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UNZAH).” *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (2023): 2774–5570.
- Aribowo, D.H., Sulhaini, and L.E. Herman. “Effect of Flash Sale Method, Product Knowledge and in Home Shopping Tendency Toward Consumer Online Purchase Decisions.” *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 102, no. 6 (2020): 97–107.

- Ascasaputra, Aditya, and Kiswari Punandita Arimbi. "Analisis Pembelian Impulsif Pada Marketplace Pada Masa Pandemi Covid 19." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 17, no. 2 (2022): 187–201. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.187-201>.
- Astuti, Susanti Budi, Sri Hartati, and Suseno. "Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan." *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* 5, no. 1 (2022): 56–70. <https://jurnal.unugha.ac.id/index.php/amn/article/view/328>.
- Azizah, Khofifah Nur, Sonny Subroto Maheri Laksono, and Nuril Aulia Munawaroh. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska - Kediri)." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 01, no. 05 (2023): 50–60.
- Biduri, Sarwenda, Ruci Arizanda Rahayu, and Feni Dwi Andriani. "Pengaruh Theory of Planned Behavior, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Berkarir Sebagai Chartered Accountant." *Konferensi Regional Akuntansi VI* (2019): 1–25. <http://eprints.binadarma.ac.id/4155/>.
- Christian, Felix, Abdhy Aulia Adnans, and Eka Danta Jaya Ginting. "The Effect of Flash Sale and Brand Image on Impulse Buying On Consumer Marketplace." *Journal of Research in Business and Management* 10, no. 6 (2022): 80–84.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Jakarta: Guepedia, 2021. https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji%20validitas&pg=PA13&printsec=frontcover.
- Darwipat, Dermawansyah, Agus Syam, and Marhawati Marhawati. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 2 (2020): 58.
- Dukalang, Rifal, Hapsawati Taan, and Yulinda L Ismail. "Pengaruh Model Promosi Flash Sale Dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembeli Di Tokopedia." *Seiko: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 60–76. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>.
- El-Qurtuby, Usman. *Mushaf Al-Qur'anulkarim Dan Terjemah*. Edited by Iwan Setiawan. Bandung: Cordoba, 2021.
- Erwin, Agus Dedi Subagja, Adi Masliardi, Scherly Hansopaheluwakan, Safar Dwi Kurniawan, Erlambang Budi Darmanto, and Nani

- Nurani Muksin. *Bisnis Digital (Strategi Dan Teknik Pemasaran Terkini)*. Edited by Yayan Agusdi Sepriano. Cet. Pertama. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023. https://www.google.co.id/books/edition/BISNIS_DIGITAL_Strategi_dan_Teknik_Pemas/3gDSEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=bisnis+digital+erwin&pg=PA98&printsec=frontcover.
- Fahriansah, Fahriansah, Nanda Safarida, and Shelly Midesia. “Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia.” *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 12, no. 2 (2023): 386.
- Fatoni, Umi Fadilah, and Ainur Rochmah. “The Effect of Flash Sale and Free Shipping on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace (Study on Students in Man Kota Tegal).” *Basic and Applied Computational and Advanced Research Journal* 2, no. 1 (2022): 20–26.
- Firmansyah, M Wahyu. “Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 3 (2022): 5147–5156.
- Fitryani, Aditya Surya Nanda, and Erwan Aristyanto. “Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee).” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2021): 542–555. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>.
- Ghea Septia Atika Refasa, Heriyadi, Bintoro Bagus Purmono, Barkah, and Helma Malini. “Do TikTok Discounts Livestream Triggers Gen Z Impulse Buying Behavior.” *International Journal of Scientific Research and Management* 11, no. 01 (2023): 4439–4449.
- Indri, Firsti Zakia, and Gerry Hamdani Putra. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020.” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2022): 236–252.
- Jannah, M, B Wahono, and K Khalikussabir. “Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10, no. 13 (2022): 38–51. www.indotelko.com.
- Kharisma, Anisa Sains, and Negina Koncono Putri. “Teori Of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology.” *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu* 3, no. 2 (2020): 145–154.

- Kinasih, Mayang Putri, Nur Endah, and Retno Wuryandari. "Pengaruh Price Discount, Product Knowledge, Dan Time Pressure Terhadap Impulse Buying Pada Fitur Shopee Live." *Jurnal Jukim (Jurnal Ilmiah Multidisiplin)* 2, no. 5 (2023): 88–101.
- Lamis, Saffanah Fausta, Putu Wuri Handayani, and Widia Resti Fitriani. "Impulse Buying during Flash Sales in the Online Marketplace." *Cogent Business and Management* 9, no. 1 (2022): 1–20. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2068402>.
- Letterf. "Alamat Kantor Shopee Indonesia → Lokasi Kantor Pusat Dan Cabang." *Letterf.Id*. Last modified 2023. Accessed January 29, 2024. <https://letterf.id/alamat-kantor-shopee-indonesia/>.
- Martaleni, Martaleni, Ferdian Hendrasto, Noor Hidayat, Amin Alfandy Dzikri, and Ni Nyoman Kerti Yasa. "Flash Sale and Online Impulse Buying: Mediation Effect of Emotions." *Innovative Marketing* 18, no. 2 (2022): 49–59.
- Natalia Putri Matahelumual, Adolfina, Raymond Kawet. "The Effect of Organizational Culture and Organizational Commitment on Employee Work Productivity At the Bureau of Organization of the Regional Secretariat of North Sulawesi Province." *641 Jurnal Emba* 7, no. 1 (2019): 641–650.
- Nighel, Syafna, and Osa Omar Sharif. "Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif E-Commerce Shopee Di Jawa Barat The Effect Of Flash Sale On Impulse Purchase Of Shopee E-Commerce In West Java." *e-Proceeding of Management* 9, no. 3 (2022): 1335–1344.
- Nugraheni, Riza Hersiwi, and Murwanto Sigit. "Pengaruh Live Streaming Shopping Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Skintific." *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* 1, no. 5 (2023).
- Ovan, and Andika Saputra. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Edited by Ansari Saleh Ahmar. Cet. Pertama. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020. https://www.google.co.id/books/edition/CAMI_Aplikasi_Uji_Val iditas_dan_Reliabil/mZgMEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji validitas&pg=PR4&printsec=frontcover.
- Palupi, Inkhasanah Ayu Budi, Djuniadi Djuniadi, and Riska Dami Ristanto. "Penerapan E-Learning Berbasis Learning Management System Menggunakan Easyclass." *Jurnal Penelitian Pendidikan* 38, no. 1 (2021): 39–43.
- Permatasari, Imas, Moh Mukhsin, and Isti Nuzulul Atiah. "Pengaruh Flash Sale Dan Free Shipping Terhadap Impulsive Buying Behavior Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Oikonomika: Jurnal*

- Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (2023): 25–37.
- Prambudi, Joko, and Jati Imantoro. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur.” *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, no. 3 (2021): 687–704. <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750%0Ahttps://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728%0Ahttp://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766%0Ahttps://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076%0Ahttps://doi.org/>.
- Pratiwi, Aceria Mega Putri, Ambok Pangiuk, and Muhammad Ismail. “Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang.” *Journal of Management and Creative Business (JMCBus)* 1, no. 2 (2023): 1–18. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/726>.
- Pratomo, Dimas, and Liya Ermawati. “Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta).” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 240–252.
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Della. Cet. Pertama. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021. <https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuantitatif.pdf>.
- Purba, Djuli Sjafei, Wico Jontarudi Tarigan, Mahaitin Sinaga, and Vitryani Tarigan. “Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19.” *Jurnal Karya Abadi* 5, no. 2 (2021): 5–24. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/15257>.
- Purnomo, Eko, and Euphrasia Suzy Suhendra. “Analisis Masa Kerja Dan Promosi Terhadap Kinerja Karyawan BPJS Ketenagakerjaan.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 5, no. 1 (2020): 32–43. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/13801>.
- Putra, Kadek Rista Ananda, Nengah Landra, and Ni Made Dwi Puspitawati. “Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada LPD Se-Kecamatan Tabanan.” *Jurnal Emas* 3: 2774-30, no. 9 (2022): 129.

- Rahanatha, Gede Bayu, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ayu Ketut Giantari, and Ni Wayan Ekawati. *Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Pelaksanaan Yadnya: Studi Pada Perempuan Hindu Bali*. Edited by Sri Winarsih. Cet. Pertama. Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023.
<https://books.google.co.id/books?id=aoPZEAAAQBAJ&lpg=PR1&hl=id&pg=PA3#v=onepage&q&f=false>.
- Rahma, Nurul Anisa, I Made Bayu Dirgantara, and Aulia Vidya Alamadana. “Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan Dan Live Commerce Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 5 (2022): 1–12.
- Rahmania, Khofifah, Juniwati, Bintoro Bagus Purnomo, Harry Setiawan, and M. Irfani Hendri. “The Effect of Flash Sale on Online Impulse Buying Mediated by Positive Emotion in Shopee Users (Case Study on Gen Y).” *Himalayan Economics and Business Management* 4, no. 1 (2023): 233–240.
- Rahmawati. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing?* Edited by Sri Widyastuti. Cet. Pertama. Samarinda: Mulawarman University Press, 2022.
- Reza Alfarozi Ritonga, and Taufiq Risal. “Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama).” *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 2, no. 1 (2023): 73–91.
- Ridwan, Muhamad, Erlan Jaelani, Martinus Zai, and Arda. “Strategi Pemasaran Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Melalui E-Commerce Shopee Pada L&M Shop.” *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)* Vol.02, 2, no. 2 (2022): 204–208.
- Rofiudin, Mohammad, Moh Shabry, and Nurjahja Juniarsa. “Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya.” *Inspirasi: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 19, no. 2 (2022): 2022.
- Roflin, Eddy, Iche Andriyani Liberty, and Pariyana. *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Edited by Moh. Nasrudin. Cet. I. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
https://www.google.co.id/books/edition/POPULASI_SAMPEL_VARIABEL_DALAM_PENELITIA/ISYrEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi+dan+sampel&pg=PR4&printsec=frontcover.

- Rusni, Andi, and Ahmad Solihin. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 7, no. 2 (2022): 167–179.
- Saebah, Nur, and Layaman. "Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Dengan Flash Sale Sebagai Variable Intervening Pada E-Commerce Shopee." *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan* 11, no. 1 (2020): 11–20. <https://journal.ikopin.ac.id>.
- Saleh, Muhammad Yusuf, and Miah Said. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Edited by Sobirin. Cet. Pertama. Makassar: CV Sah Media, 2019. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran/pZu-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=definisi manajemen pemasaran&pg=PR2&printsec=frontcover.
- Sanaky, Musrifah Mardiani, La Moh. Saleh, and Henriette D. Titaley. "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah." *jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–439. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalSimetrik/article/view/615>.
- Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Asep Rachmatullah. Cet. I. Tangerang, 2021. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/bRFTEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode penelitian kuantitatif&pg=PR4&printsec=frontcover.
- Sari, Yuliana, Faridah, Muhammad Husni Mubarak, Sri Hartaty, Yevi Dwitayanti, Maulan Irwadi, and Citra Dewi Sartika. "Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (UMKM) Di Kota Palembang." *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 101–115.
- Setiawati. "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–1590. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308/261>.
- Siti Aisyah, Muhammad Iqbal Sayuti Harahap, Alfi Hidayat, Miftahul Jannah, and Dian Irmawani. "Pengenalan E-Comerce Shopee Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Basreng Sua Snack Tembung Medan." *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri* 2, no. 1 (2022): 13–22.
- Somantri, Bambang. "Kontribusi Etnosentrisme Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Baju Batik Sebagai Identitas

- Diri.” *Cakrawala-Repositori IMWI* 4, no. 2 (2021): 218–228.
<https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076><https://doi.org/>.
- Souisa, Wendi. “Pengaruh Flash Sale Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Lazada.” *Jurnal Mirai Management* 7, no. 2 (2022): 508–514.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Edited by Sofia Yustiani Suryandari. Edisi ke-3. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Swarjana, I Ketut. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Edited by Erang Risanto. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2021.
[https://www.google.co.id/books/edition/POPULASI_SAMPEL_TEKNIK_SAMPLING_BIAS_DAL/87J3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi dan sampel&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/POPULASI_SAMPEL_TEKNIK_SAMPLING_BIAS_DAL/87J3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi%20dan%20sampel&pg=PR2&printsec=frontcover).
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, and Atika. “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, no. 4 (2022): 743–749.
- Taufik, E. R. *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Edited by Dema Tesniyadi. Cet. Pertama. Tangerang: Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI), 2023.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Cet. Kedua. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
[https://www.google.co.id/books/edition/Metode_riset_bisnis/ihn8T5S8HaQC?hl=id&gbpv=1&dq=uji reliabilitas&pg=PR6&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_riset_bisnis/ihn8T5S8HaQC?hl=id&gbpv=1&dq=uji%20reliabilitas&pg=PR6&printsec=frontcover).
- Wahyuni, Reni Suci, and Harini Abrilia Setyawati. “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, no. 2 (2020): 144–154.
- Waziana, Winia, Ricco Herdian Saputra, Noca Yolanda Sari, Kasmi Kasmi, and Desta Aulia. “Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis.” *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 107–112.

- Yana Siregar, Lisma, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online." *Hirarki Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 71–75.
- Yulius, Anastasya, and Ariesya Aprillia. "Pengaruh Live Streaming Terhadap Pembelian Impulsif Pada Platform Tiktok." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 8, no. 4 (2023): 809–821.
- Zakiyyah, Amalina Maryam. "Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online 'Pulchragallery.'" *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4, no. 1 (2018): 63–70.

