

DAFTAR PUSTAKA

- Adella Regina Damayanti. “Pengaruh Pengguna Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 2, no. 3 (2022): 217.
- Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Al-Qur’an, Kementerian Agama RI cq Lajnah Pentashihan Mushaf. “Quran Kemenag.” Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- Alfayed, Erico, Lista Ramadeli, Raket Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, and Hednra Riofita. “Analisis Strategi Pemasaeen Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktoshop.” *Jurna; Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2023): 195–201.
- Alimudin, Rachma, and Rahman. “Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee.” *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, n.d., 3.
- Alyasinta Viela Tusanputri dan Amron. “Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce TikTok Shop.” *Forum Ekonomi* 4, no. 23 (2021): 632–39.
- Anggraini, Levika Dian. “Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Surat Al-Furqan Ayat 63 Dan Surat Al- Isra’ Ayat 27 Pada Mata Pelajaran PAI Kelas VIII.” *GUAU Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama* 2, no. 7 (2022): 335–37.
- Annur, Cindy Mutia. “Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global per Kuartal II (2018- 2023).” Databoks, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-tiktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023>.
- Arliny, Adinda, Muzdalifah Muhammadun, Dian Resky Pangestu, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis. “Pengaruh Diskon Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pembeli Di Toko Sejahtera Kota Parepare.” *Jurnal Ekonomi Syariah [ONLINE]* 1, no. 2 (2023): 58–68. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v1i2.6406>.
- Arsy Lucyano Vergian, and Purbo Jadmiko. “Religiusitas, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal Dan Product Ingredient Dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Muslim.” *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2024): 115–30. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i2.686>.
- Aula Izatul Aini, Aushofun Niha. “Impulse Buying Behavior Santri

- Perspektif Masalah Imam Al-Ghazali.” *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam* XII, no. 1 (2020): 19.
- Aurellia Rizkita Yuzahrani, Dani Sysnanda Chaya Putra, Rohimah Sirri, Adinda Fatikha. “Analysis of Shopee Live Utilization As a Business.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 174–78.
- Azid, Raka Malik. “Pengaruh Promosi Islami, Keterlibatan Fashion, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impulse Buying Dengan Mediasi Emosi Positif Pada Produk Fashion Muslim Di Pengguna E-Commerce Generasi Z Banyuwangi.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2003.
- Azizah, Risky, Revina Sintia Ananda, and Andhita Risiko Faristiana. “Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan.” *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 4 (2023): 399–414.
- Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinah Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Azwari, Ahmad, and Lia Febria Lina. “Pengaruh Price Discount Dan Kualitas Produk Pada Impulse Buying Di Situs Belanja Online Shopee.” *Jurnal Technobiz* 3, no. 2 (2020): 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- Bakhshani, Nour-Mohammad. “Impulsivity: A Predisposition Toward Risky Behaviors.” *International Journal of High Risk Behaviors and Addiction* 3, no. 2 (2014): 2–4. <https://doi.org/10.5812/ijhrba.20428>.
- Billy Enru A F Kalangi Olivia F C Walangitan Mikhael J. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Bengkel Planet Motor Tumpaan.” *Productivity* 2, no. 7 (2021): 561–65.
- Burhan, FAHMI Ahmad. “Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria.” DKatada.co.id, 2020. <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>.
- Cahyaningrum, Made Indra dan Ika. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
- Carolina and Setyanto. “Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas, Dan Kepuasan Menggunakan Shopee Live.” Skripsi: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2021.
- Cepi Munajat, Dika Firanti Dkk. “Fenomena Impulsive Buying Pada Platform Tiktok Shop.” *Karismapro: Kajian & Riset Manajemen Profesional* 1, no. 2023 (14AD).
- Cucu Komala. “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam

- Al-Ghazali.” *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 251.
- Dharma, Surya; Purbo Jadmiko; Elfitra Azlianti. *Aplikasi Spss Dalam Analisis Multivariates. LPPM Universitas Bung Hatta*. Sumbar: LPPM Universitas Bung Hatta, 2020.
- Diyah Ayu Rahmadani, rIDwan Basalamah, Ratna Tri Hardaningtyas. “Pengaruh Price Discount, Online Customer Review, Dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Impulse Buying Pengguna Shopee Live (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang).” *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12, no. 01 (2023): 510–18.
- Douglas A. Lind, William G. Marchal, dan Samuel A. Wathen. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*. Edisi 13 B. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Drs. Muhammad M.Ag. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPEE Yogyakarta, 2004.
- Edwin Japarianto and Sugiono Sugiharto. “Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 6, no. 1 (2012): 34.
- Eka Sari. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 1, no. 55–73 (13AD): 2014. <https://doi.org/10.14710/jspi.v13i1.55-73>.
- Ermawati. “Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying.” *Bilancia* 15, no. 1 (2021): 108–9.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Exnasiyah Yahmini. “Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga.” *EXERO: Journal of Research in Business Aand Economics* 2, no. 1 (2019): 43.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. “Sejarah.” IAIN Kudus.ac.id, 2020. <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-749-sejarah.html>.
- Fatchur Rohman. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsive*. Malang: UB Press, 2012.
- FEBI IAIN Kudus. “Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2020.” Kudus, 2024.
- Febriani and Purwanto. “Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang.” *JMD: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara* 2, no. 2 (2019): 55. ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/.
- Febyola Nada, Ana Ramadhayanti, Usran Masahere. “Pengaruh Content

- Marketing Dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Pengguna Tiktok Shop.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 1, no. 1 (2023): 3026–1813.
- Ghazali, Imam. *Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: BP UNDIP, 2017.
- Ghea Septia Atika Refasa Heriyadi. “Do TikTok Discount Livestream Triggers Gen Z Impulse Buying.” *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* 11, no. 1 (2023).
- Hanifah, Irma Rumtaning Uswatul. “Hadits Nabi Tentang Konsumsi: Analisis Korelasi Hadits Dengan Perilaku Konsumen Di Era Digital.” *Proceeding of The 2nd Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era 2* (2022): 54–73.
- Hatmawan, Slamet Riyanto dan Aglis Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- I Made Willy Setiadi dan I Gde Ketut Warmika. “Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Konsumen Fashion Yang Dimediasi Positive Emotion Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 4, no. 6 (2015): 1688.
- Indra Jaya. “Statistik Penelitian Untuk Pendidikan.” Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2010.
- Irfa Diana Sari, Finisica Dwijayati Patrikha. “Pengaruh E-Gaya Hidup, Trend Fashion, Dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsume.” *AKUNTABEL* 18, no. 4 (2021): 683–90. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>,.
- Jurnalis: Redaksi, Tim. “Begini Alasan TikTok Pilih Tokopedia Jadi Partner TikTok Shop.” *Serayu News*, 2023. <https://serayunews.com/begini-alasan-tiktok-pilih-tokopedia-jadi-partner-tiktok-shop>.
- Kadariah, Siti, Rani Febriyanni, and Isnaini Harahap. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegagalan Pasar (Market Failure).” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 2 (2022): 926. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2097>.
- Khadafi, Muammar, Dina Madinah, and Euis Kurniasih. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu.” *Al Barakat - Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 01 (2021): 45. <https://doi.org/10.59270/jab.v1i01.46>.
- Kim, Hye-Sin. “Consumer Profiles Of Apparel Product Involvement And Values.” *Journal of Fashion Marketing and Management* 9, no. 2 (2005): 207–220.
- Lidya Agustina. “Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan

- Fitur Media Sosial” 1, no. 1 (2021): 9. <https://tinyurl.com/Live-Video-Srraming>.
- Lisma Yana Siregar Dan Muhammad Irwan Padli Nasution. “Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 71.
- Loudon, D. L., Bitta, A. J. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York: McGraw-Hill, 2019.
- M. Ikhwan Syarif, Misbah Hannuk, Sri Wahyuni, Dan Nurbaiti. “Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis Di Indonesia.” *JCBD* 2, no. 1 (2023): 12.
- Maulidya Nurivananda, Shahnaz, Zumrotul Fitriyah, Universitas Pembangunan, Nasional " Veteran, and Jawa Timur. “The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 4 (2023): 3664–71. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Melis. “Prinsip & Batasan Konsumsi Dalam Islam.” *Islamic Banking* 1, no. 1 (2015): 13–19.
- Mertaningrum, Ni Luh Putu Erma, I Gusti Ayu Ketut Giantari, Ni Wayan Ekawati, and Putu Yudi Setiawan. “Perilaku Belanja Impulsif Secara Online.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 12, no. 3 (2023): 605–16. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.70463>.
- Muhammad Abduh Tuasikal. “Allah Sangat Suka Melihat Bekas Nikmat Allah Tampak Pada Hamba-Nya.” *BBG AL ILMU*, 2014. <https://bbg-alilmu.com/archives/6136>.
- Muhammad Hafif Rafi Andhika, Radja Erland Hamzah, Mukka Pasaribu, Citra Eka Putri. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi.” *JURNAL CYBER PR* 2, no. 2 (2022): 107–18. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v3i2.4135>.
- Muhammad Rustam. “Internet Dan Penggunaannya (Survei Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan).” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, no. 1 (2017): 16.
- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, and Wardah Jafar. “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam.” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2020): 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>.
- Nadya Muslimatul Ummah dan Siti Azizah Rahayu. “Fashion Involvement, Shopping Lifestyle Dan Pembelian Impulsif Produk Fashion.” *Jurnal Penelitian Psikologi* 11, no. 1 (2020).

- Nanda, Alfahri, and Ringgo Eldapi Yozani. “Pengaruh Tiktok Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pengguna Erigo Live Shopping Di Akun Media Sosial TikTok @ Erigo . Store) Email : Alfahri.Nanda2221@student.Unri.Ac.Id Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Ri.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 21, no. 02 (2023): 1–13. <https://jab.ejournal.unri.ac.id/index.php/JAB/article/view/7787>.
- Nasution, Misri Kholidah. “Konsep Penampilan Diri Dalam Menjaga Keutuhan Rumah Tangga Perspektif Hukum Islam.” *Doktrin:Jurnal Dunia Ilmu Hukum Dan Politik* 2, no. 1 (2024): 237–51.
- Nur Rahmah and Munadi Idris. “Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2018): 94.
- Nurhaliza, Putri, and Amie Kusumawardhani. “Analisis Pengaruh Live Streaming Shopping, Price Discount, Dan Ease Of Payment Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pengguna Platform Media Sosial TikTok Indonesia).” *Diponegoro Journal of Management* 12, no. 3 (2023): 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Padmasari, Dwi, and Widyastuti Widyastuti. “Influence of Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Sales Promotion on Impulse Buying on Users of Shopee.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 123–35. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p123-135>.
- Pande Made Nata Wijaya , I Kadek Erry Suandita ,Ni Made Della Maharani , Dr.Gde Bayu Surya Parwita,SE., MM. *Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Medsos Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivitas Prosiding. Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*. Denpasar: Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR), 2022.
- 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): 240–52. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.103>.
- Priyanto, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Medikom Pustaka Mandiri, 2010.
- Priyatno, Duwi. *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Edited by Giovanny. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Teddy Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Priyono, Muhammad Bintang, and Dian Permata Sari. “Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia.” *Jurnal*

- Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. September (2023): 497–506.
- Pudjiani, Tatik, and Bagus Mustakim. *Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti*, 2021. <https://buku.kemdikbud.go.id>.
- Putri, Siregar Ina Namora, Selvy, Gurning Hamdi Roles, and Angga Ellen. “Pengaruh Rekrutmen Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Budi Raya Perkasa.” *Jurnal Maznajemen* 5, no. 1 (2019): 71–80.
- Qorib, F, R A Oktarina, and J J Ermelinda. “Penggunaan Busana Sebagai Bentuk Ekspresi Dan Identitas Mahasiswa Di Media Sosial.” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 (2023): 236–51.
- Rahmana, Putri Naning, Dhea Amalia Putri N, and Rian Damariswara. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z.” *Akademika* 11, no. 02 (2022): 401–10. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>.
- Ramdan, Pratiwi Fauziah, and Mochamad Malik Akbar Rohandi. “Pengaruh Shopping Lifetsyle Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Lazada Di Bandung.” *Bandung Conference Series: Business and Management* 4, no. 1 (2024): 178–85. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.10484>.
- Razak, Mansur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press, 2016. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Rerung, Rintho rante. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman: cv buci utama, 2018.
- RI, Kemenag. “Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyemurnaan 2019.” *Nucl. Phys.* 13, no. 1 (1959): 104–16.
- Ria Arifianti, Wahyu Gunawan. “Perilaku Impulse Buying Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi.” *Sosiloglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 5, no. 1 (2020): 2020.
- Risti Rosmiati. “Dari Video Ke Toko: Budaya Konsumen Melalui Media Sosial Tiktok Shop.” *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies* 2, no. 2 (2022): 3. <https://doi.org/10.21009/Saskara.022.01>.
- Rohmah. “Pengaruh Fashion Involvement Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Situs Belanja Online.” Skripsi, Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktifitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Rudy Alfiyansah, Asep Nidzar Faijurahman, and Hasbi Taobah Ramdani. *Live Streaming Di Laboratorium Keperawatan Sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman Keterampilan Mahasiswa: Studi Kasus Pada Mata Kuliah Keperawatan Dasar*. Penerbit NEM, 2021.
- Ryan Ari Setiawan Dan Yumarlin Marzuki. “Survei Aplikasi Video Live

- Streaming Dan Chat Di Kalangan Pelajar.” *Prosiding Seminar Nasional Dan Internasional* 1, no. 1 (2018): 187. <https://jurnal.unismus.ac.id/Index.Php/Psn12012010/Article/View/4216>.
- Safira, Afni Melati, and Muhafidhah Novie. “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* 6 (2024): 197–203. <https://doi.org/10.37034/infec.v6i1.821>.
- Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sari, Rima Meilita. “Riset: Makin Banyak Kampus Adopsi ‘Kampus Merdeka’, Tapi Hanya 30% Mahasiswa Punya Kemandirian Belajar Tinggi.” *The Conversation*, 2022. <https://theconversation.com/riset-makin-banyak-kampus-adopsi-kampus-merdeka-tapi-hanya-30-mahasiswa-punya-kemandirian-belajar-tinggi-193625>.
- Sawitri, Andi Radah. “Strategi Startup Cretivox Pada Media Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Melalui Konten Manifesting Ke Buku.” *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2024): 55–62.
- Septi Pratiwi. “Sejarah Dan Perkembangan TikTok Shop Di Indonesia.” *Pojok Nulis*, 2024. <https://pojoknulis.com/sejarah-dan-perkembangan-tiktok-shop-di-indonesia-1826>.
- Setyagustina, Kurniasih, Rahmania Rahmania, M. Joni, Abdul Kholik, And Winahyu Dwi Suhitasari. “Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Economina* 1, no. 3 (2022): 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>.
- Sigit Hermawan and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Social, Hootsuite and We Are. *Digital in 2021 : Essential Insights. Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In. Indonesia*, 2021.
- Sri Rahayu Tri Astuti, Imroatul Khasanah, and Yoestini. “Study of Impulse Buying on Instagram Users in Indonesia.” *Diponegoro International Journal of Business* 3, no. 1 (2020): 47–54.
- Sri Rahmayanti, Rizky Dermawan. “Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Surabaya.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 337–44.
- Sri Sunartini. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*.

- Pusat Pengembangan Pendidikan Dan Penelitian Indonesia, 2022.
- Sugiyono, D. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D/Sugiyono." *Bandung: Alfabeta* 15, no. 2010 (2018).
- Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Syabani Dinova, Suharyati. "Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara." *Journal of Young Entrepreneurs* 2, no. 4 (2023): 91–92.
- Tabita Carolina and Adolfo Eko Setyanto. "Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas, Dan Kepuasan Menggunakan Shopee Live." *Jurnal Kommas*, n.d., 8.
- Tajun Nashr. "Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam." *Rumah Fiqih Indonesia*, 2024. <http://www.rumahfiqih.com/fikrah/473>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Tutik Mustajibah, Agus Trilaksana. "Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015." *Avatara: E-Journal Pendidikan Sejarah* 10, no. 3 (2021).
- Ulya, Azzahidatul ', Octavia Nindya Putri, and Widia Aulia Naylawati. "Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa." *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1300–1308.
- Umi Rosyidah Lailatul Mas'udah. "Larangan Berlebih-Lebihan Dalam Al-Qur'an." *Jadid: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 2, no. 1 (2022): 146–47.
- Vivi Juli Pratiwi, Furqon Efendi, Muchammad Fariz, Khairani Zikrinawati, Zulfa Fahmy. "Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Implusive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang." *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)* 1, no. 2 (2023).
- Welsa, Henny, Putri Dwi Cahyani, and Selastris Niati Siahaan. "Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Outlet Biru Yogyakarta)." *Journal of Management & Business* 4, no. 1 (2021): 1–14. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>.
- Wesley Zhang, Jessica, Hertianto, William Gautama, dan Edi Yanto. "Pengaruh Live Selling Dalam Peningkatan Niat Beli Pada Remaja." *Journal Management, Business, and Accounting* 21, no. 3 (2022): 347.
- Whiteside, Stephen P., and Donald R. Lynam. "The Five Factor Model and Impulsivity: Using a Structural Model of Personality to

- Understand Impulsivity.” *Personality and Individual Differences* 30, no. 4 (2001): 669–89. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00064-7](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00064-7).
- Wulan Alimudin, N Rachma, and Fahrurrozi Rahman. “Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 9, no. 10 (2022): 3.
- Yohana Noni Bulele Dan Toni Wibowo. “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok.” *Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology* 1, no. 1 (2020): 566.
- Yulia Hermanto. “Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 1 (2016): 12.
- Yusra, Yenny. “Laporan Populix: 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial.” *dailysocial*, 2022. <https://dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial>.
- Zainuddin Rahman. *Pengantar Statistika*. Makassar: Indonesia Prime, 2016.
- Zainul Arifin. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.