

DAFTAR REFERENSI

- Surbakti, M. K. R., Wijayanto, G., & Pailis, E. A. (2022). Pengaruh Influencer, Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, (2). <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol/iss2/1>
- Scoones, I., Edelman, M., Borrás Jr, S. M., Hall, R., Wolford, W., & White, B. (2018). Emancipatory rural politics: Confronting authoritarian populism. *The journal of peasant studies*, 5(1), 1-20.
- Saselah, K. T., Lapian, S. L. H. V. J., & Gunawan, E. M. (202). the Effect of Hedonic Shopping Value and Beauty Influencer in Tiktok Towards Impulse Buying Among Tiktok Users in Manado. *Journal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (EMBA)*, 12(01), 630–639.
- Risanti, X. D. (2021). *Di zaman globalisasi sekarang, media sosial sedang ramai dengan keberadaan*. 13–31.
- Rahmawati, Y., Pristiyono, & Gulo, N. A. (202). Analisis Motivasi Konsumen dan Impulsive Buying dalam Berbelanja Online E-commerce Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 502–5039. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Raden Vina Iskandya Putri¹, T. A. R. (2023). “Бсп За България” Е Под Номер 1 В Бюлетината За Вота, Герб - С Номер 2, Пп-Дб - С Номер 12. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–32. [https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata- za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12](https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12)
- Putri Chindy Narawati, & Adryan Rachman. (202). Pengaruh Influncer, Hedonic Shopping Motive, Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tiktok Shop Di Jabodetabek. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(1), 119132 <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.292>
- Puspita, A., Afwa, A., & Moniko, M. (2023). the Influence of E-Wom and Price Discount on Impulse Buying At E-Commerce Users in Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(3), 378–391. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i3.1938>
- Pandiangan, V. M., & Tumbuan, W. J. F. A. (202). the Influence of Product Quality, Lifestyle, and Influencer Marketing on Impulse Buying of Skintific Products At the Tiktok Shop Among Generation Z. *Saerang 60 Jurnal EMBA*, 12(01), 60–651. *of interactive advertising*, 19(1), 58-73. Muhammad Farhan Alkautsar, Muhammad Sukriyatma, Daffa

- Akmal Aminuddin, & Amata Fami. (2023). Pengaruh Durasi Terhadap Retensi Audiens Dalam Motion Graphic Wajib Pajak Non Efektif. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 3(1), 30–1. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2333>
- Menurut Gao et al. (2022) dari jurnal *Frontiers in Psychology*: Video pendek dapat memicu pembelian impulsif karena menciptakan pengalaman sosial yang kuat dan memicu inspirasi pelanggan secara cepat. Sumber: Gao et al., 2022 – *Frontiers in Psychology*
- Masyarakat, K., Bank, P., & Indonesia, S. (2023). *Issn : 3025-995*. 3(1). Meydila, R. P., & Cempena, I. B. (202). Pengaruh Shopping Lifestyle, Content
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., Prihatma, G. T., & Miharja, D. T. (202). The Influence of Interactivity, Online Customer Reviews, and Trust on Shopee Live Streaming Users' Impulse buying. *Greenomika*, 6(1), 1–53. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.202.06.1.5>
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (202). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(113), 86–97.
- Marketing dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pengguna Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(9), 1–1.
- Lucas, D. (2002). Pengertian Diskon. *Manajemen Pemasaran*, 2002, 1.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal*
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian (studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33-38.
- Kurnia, D., & Jauhari, I. (202). Fenomena Impulse Buying: Kekuatan Live Streaming, Price Discount, Dan Social Media Influencer Pada Pengguna Tiktok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(0), 122–127. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i0.122>
- Kasimin, P. D. P. (2015). Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto. *Journal Of Management*, 1(1).
- Jurnal, J., & Mea, I. (2023). *Pengaruh diskon harga dan belanja hedonis nilai pembelian impulsif di toko tiktok*. 3, 25–257.
- Jesika, M., Eni, R., & Wayangkau, Y. (202). Peran Influencer Melalui Fitur Tiktok Shop dalam Meningkatkan Keuntungan Brand Make Up. *ULIL*

- ALBAB: Jurnal Ilmiah* 3(6),9–69. <http://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/3393%0Ahttps://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/download/3393/2808>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25- 32.
- Hashmi, H., Attiq, S., & Rasheed, F. (2019). Factors affecting online impulsive buying behavior: A stimulus organism response model approach. *Market forces*, 1(1).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-16.
- Gaya, P., Belanja, H., Produk, I., Studi, F., Pekalongan, P., Andrian, R., Rohmah, S., & Khikmah, N. (202). *Pengaruh Gaya Hidup Belanja dan Diskon terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion (Studi pada Generasi Z Shopee)*. 52, 69–82.
- Gamaya, A., & Suardana, I. B. R. (202). Pengaruh Atmosphere Store, Diskon, Hedonic Shopping, Fashion Involment Dan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Impulse Buying. *Ganaya : Jurnal Ilmu SosialDanHumaniora*, 7(3), 223–237. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i3.3210>
- Christy, Y., & Sudrajat, A. (202). Pengaruh Influencer dan Hedonic shopping motivation terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, (), 67–657.
- Baskara, I. B. (2023). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). [Jurnal Manajemen FEB UMM].
- Asterrina, Febrya: Hermiati, Tuti. 2011. “Pengaruh Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying”(Studi Pada: Konsumen Centro Department Store Di Margo City) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Indonesia.