

DAFTAR PUSTAKA

- Alim Irhamna, S. (2018). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata di Dieng Kabupaten Wonosobo. *Economics Development Analysis Journal*, 6(3), 320–327.
- Aprianto, E.K N. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), 1–7.
- Amada, Y. C., & Suryati, S. (2024). *Pengaruh Social Media Live Streaming Tiktok, Persepsi Harga, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Skintific Di Boyolali* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Chan, G. F., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 151–159.
- Dewi, I. A. K., & 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.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1.
- Dumpapa, M. C., Pandowo, M. H. C., & Wenas, R. S. (2024). Pengaruh Human Relation, Pengawasan Dan Iklim Organisasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan Petrogas (BASIN) Limited Sorong Papua Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 618-629.
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial pada Perubahan Sosial Masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757–766.
- Firdausi, N. I. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z di Kota Medan. *Journal Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.
- Heri, H., Lancang Kuning, U., & Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, I. (2022). The Influence of Store Atmosphere and Sales Promotion on Impulse Buying with Positive Emotion as an Intervening Variable at Martin Store Pekanbaru Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variab. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2486–2497.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

- Jannah, A. K. (2024). *Pengaruh Live Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Pada Produk Facetology di Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Khairani, A., Surbakti, F. J., Siagian, M. F. R., Bangun, V. T. B., & Saragih, M. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling dan Diskon Pada Aplikasi Tiktok Shop Terhadap Perilaku Impulse Buying:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara Kota Medan). *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 126-139.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1.
- Kurniawan, R. A., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming dan Flash Sale terhadap Impulse Buying pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya: Studi pada Pengguna Tahun 2022-2023. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 2367–2379.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Pardosi, P. (2025). *Manajemen sumber daya manusia live streaming*. Penerbit Buku Indonesia. ISBN 978-623-10-7975-6
- Putri, R. D., Setyawan, D. H., Putra, R. A., & Khatimah, H. (2023). Pengaruh Iklan Influencer Dan Fitur Live Streaming Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 1(1), 2023.
- Razak, A., Amrusi, A., Maulidaini, S., Mustofa, A., Suraiya, N., Anggraini, I., & Musfiana, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Shop. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 136–146. <https://doi.org/10.33084/neraca.v9i2.7168>
- Risma, S., & Sukmawati, C. (2023). Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Aplikasi Shopee Indonesia. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 14.
- Rumapea, Y. A. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement

- Pada Pengguna Platform Marketing Tiktokshop Terhadap Perilaku Impulse Buying (Pada Pelajar Smk N 1 Sidikalang). In *Doctoral dissertation, Universitas Medan Area*.
- Safitri, E., & Nurdin, R. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 3(1), 1–12.
- Safrawali, S., & Siregar, B. (2022). Penerapan Administrasi Bisnis dan Administrasi Perkantoran Modern di Kota Medan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(2), 364–375.
- Salsabila, S. (2024). *Pengaruh Live Streaming Tiktok Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Produk Skintific Pada Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Skripsi Oleh : Salwa Salsabila Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan*.
- Sapa, F. Y., Tumbel, A. L., & Lumanauw, B. (2023). Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 787–798.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Solihin, S., & Suyono, S. (2024). Pengaruh Tiktok Terhadap Consumer Impulsif Buying Online Behavior Produk Umkm Wanita Madura. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 257–269.
- Sopini, P., Irwansyah Siregar, A., & Zebua, S. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Trona Supermarket Jambi Townsquare (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 874–884.
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce). *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243.
- Wanda Aulya Dewi. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Brand Jiniso pada*

Aplikasi TikTok di Kota Malang). 22.

Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1315–1326.

Zahra, Z., Ayunda P, R., & Naben, M. N. (2023). Analisis “Predatory pricing” TikTok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 31, 1022–1030.

Sumber Website

(n.d.). Diambil dari mahasiswa aktif: <https://data.unimal.ac.id>

APJII. (2024). *Asosiasi Jasa Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diambil dari <https://survei.apjii.or.id/home>

Fatika, R. A. (2024, Oktober 08). *10 negara dengan pengguna tiktok terbesar indonesia urutan berapa*. Diambil dari <https://data.goodstats.id/statistic>

<https://newsroom.tiktok.com/?lang=id-ID>

<https://tiktok-shop-live.com>

<https://fisip.unimal.ac.id/>