

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(June), 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Amboningtyas, D. (2020). Peran Keputusan Pembelian Dalam Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Online Shop SHOPEE. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 395-404.
- Azgia, F. N. (2023). Determinasi Komunikasi Media Sosial pada Niat Pembelian Pelanggan.
- Effendi, U., Amelia, A., & Usman, M. (2022). The Relationship of Price Perception and Attraction of Onlineshop Advertisement With Interest in Buying Through Social Media Post-Covid-19 Pandemic. *Jurnal Sociohumaniora Kodepena (JSK)*, 3(1), 15-22.
- Fiqri, F., Fuady, I., & Yusnita, T. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas yang Dirasa dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 10(1), 22-29.
- Firellsya, G., Kembau, A. S., Bernanda, D. Y., & Christin, L. (2024). Tren Belanja Online Wanita Gen-Z: Eksplorasi Faktor-Faktor di Balik Dominasi Wanita Gen-Z pada Platform Shopee Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 184-196.
- Ghazali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25. In *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh kepuasan konsumen, perilaku konsumtif, dan gaya hidup hedonis terhadap transaksi online (E-commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 94-103.
- Hidayati, R., & Ikhwan, I. (2019). Perilaku gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa kurang mampu fakultas ilmu sosial unp. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 1(1), 38-45.
- Indarni, C. C., Susanta, S., & Hadi, L. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion Terhadap Positive Emotion Serta Dampaknya Pada Impulse Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 18(1), 26-42.
- Kurniawan, R. A., Qomariah, N., & Winahyu, P. (2019). Dampak organizational citizenship behavior, motivasi kerja, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 148-160.

- Margahana, H. M. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Oku Timur. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 145-154.
- Meidita, Y., & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada *E-commerce* (Studi 71 Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682–5690.
- Muslikhah, S., Indonesia, U. I., Kusumaningrum, S. D., & Indonesia, U. I. (2022). *Peran iklan media sosial dan kesadaran merek pada niat beli konsumen*. 1(September 2019), 447–455.
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jiagabi*, 8(3), 154–162.
- Oktaviani, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 37-45.
- Peranginangin, J., & Romadlon, T. W. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Quality Of Website, Dan Discount Terhadap Perilaku E-Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee). *Journal of Management and Social Sciences*, 2(1), 142-160.
- Putra, I. G. N. (2020). Media Sosial Dan Interaktivitas Dalam Dunia Public Relations. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 1-12.
- Putri, D. W. (2016). The Virtual Community: Interaktivitas pada Komunikasi Peer-to-Peer di Balik Jaringan Protokol Berbagi Berkas BitTorrent. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 3(2), 59-72.
- Putri, M. E. (2022). *Pengaruh Dimensi Fitur Iklan Media Sosial Terhadap Niat Beli Pelanggan Di Tokopedia.Com*. 19. <http://digilib.unila.ac.id/66859/%0Ahttp://digilib.unila.ac.id/id/eprint/66859>
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 68–82. <https://doi.org/10.31311/par.v5i1.3060>
- Ritonga, I. N., & Fuady, M. E. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Morgy Coffee. *Jurnal Riset Public Relations*, 15-24

- Rizky, M. M., Rizky, M. M., & Sari, T. N. (2020). The Influence of Instagram Social Media Against Traveling Interest. *Proceedings of The ICECRS*, 8, 1–12. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020479>
- Sanjaya, B., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Bertransaksi Online di Situs Shopee. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. Vol, 3(2), 155.
- Sari, F. N. K., & Wahyudi, L. (2023, May). Pengaruh Iklan Yang Viral, Motivasi dan Kebiasaan di Media Sosial Terhadap Niat Beli Pelanggan. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 419-432).
- Sari, L. R. W., & Hermanto, S. B. (2020). Pengaruh kepercayaan, keadilan prosedural, sanksi pajak, dan moral perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2).
- Septiyani, N., & Rusdiana, J. (2023). Interaktivitas Akun Twitter@ Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik (Analisis Deskriptif Kualitatif). UIN Surakarta.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44.
- Syahab, A. (2018). Analisis Sistem *E-commerce* Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia. Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi, 565–569.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PROfesi humas*, 3(1), 102-119.
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 95-120.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113-119.
- Unkila, M. (2022). A Research Agenda for International Business and Management. Edward Elgar Publishing. Ö. Bozkurt, M. Geppert (Eds.) Edward Elgar Publishing (2021) ISBN: 978 1 78990 203 7. *Journal of International Management*, 28(3), 100937. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100937>
- Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2023). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pengguna E-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

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.

Wijayanti, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing an Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Aksesoris Wanita Melalui Akun Shopee. *Bimasakti: Jurnal Riset Mahasiswa Bidang Teknologi Informasi*, 6(1), 134-141.

BUKU

Afriyadi, H., Hayati, N., Laila, S. N., Prakasa, Y. F., Hasibuan, R. P. A., & Asyhar, A. D. A. (2023). *Media Pembelajaran Berbasis Digital (Teori & Praktik)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.

Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.

Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.

Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Hermawan, I., & Pd, M. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.

Januardani, F. D., Andayani, W., Simanjuntak, E. R., Nurdiansyah, H., Widyanti, O. N., Van Marsally, S., ... & Satrio, V. (2023). *DIGITAL MARKETING: Teori dan Implementasi Strategi Digital Marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Nurlan, F. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV. Pilar Nusantara.

Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Deepublish.

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.