

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim. 2020. "Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace." *Pendidikan Tambusai* 4(1): 239–47.
- Aguayo. 2021. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KENIKMATAN BERBELANJA DAN GAYA HIDUP ONLINE TERHADAP IMPULSIVE BUYING MASYARAKAT MUSLIM MILENIAL (Kajian Pengguna Shopee Kota Banda Aceh) HAYATUN."
- Agustini. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9(1): 127.
- Ahmad et al. 2022. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 5(2): 784–93.
- Aisyah & Nurul. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Perilaku Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Kalangan Mahasiswa Kota Surabaya." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 16(2): 407–20.
- Amanah & Dita. 2015. "Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair." *Quanomic* 3(02): 10–18.
- Anisyah et al. 2021. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo Di Millenium Itc Centre Medan." *Ensiklopedia Education Review* 3(2): 6–12.
- Ardani. 2022. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2(1): 40–47.
- Ariani et al. 2019. "The Effect of Promotion and Hedonic Shopping Motivation on Costumer Impulse Buying on Zalora Online Shopping Sites." *Journal of Accounting and Business Issues* 01(01): 15–21.
- Aryanti & Alvina. 2023. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Konformitas Melalui Kepercayaan Pelanggan Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Pada Generasi Z Pengguna Platform Online Food Delivery Gofood Di Surabaya)." *SEIKO: Journal of Management & Business* 6(1): 693–703.
- Ashari & Ashan. 2023. "PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)." *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*: 1–60.
- Ayu Alifkah. 2022. "Perilaku Pemasaran Online Shop Pada Mahasiswa Febi Di Iain Parepare."
- Ayuning. 2019. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Produk Pada Aplikasi Shopee Indonesia." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2: 21–28.
- Badaruddin & Niko. 2019. "Pengaruh Daya Tarik Transit Advertising Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Berbelanja Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Yang Mengetahui E-Commerce Shopee)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 16(1): 1–9.
- Baladini et al. 2021. "Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif." *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* 2: 1323–37.
- Cahyani et al. 2023. "Pengaruh Online Customer Trust Dan Online Store Environment Terhadap Online Impulse Buying Produk Fashion Melalui Perceived Enjoyment Pada Konsumen Tik Tok Shop." *Jurnal Ilmu Manajemen* 11(2): 252–65.
- Effendi et al. 2020. "Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee." *Jurnal*

- Akuntansi dan Manajemen* 17(02): 22–31.
- Elizabeth. 2022. "Purchase Intention and Satisfaction of Online Shop Users in Developing Countries during the COVID-19 Pandemic." *Sustainability (Switzerland)* 14(10): 1–14.
- Faiziani & Endang. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek the Executive Pt Delami Garment Industries." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9(1): 157–68.
- Fataron & Ady. 2020. "Online Impulse Buying Behaviour: Case Study On Users Of Tokopedia." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1(1): 47.
- Fauziah & Sarah. 2021. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion." *Jurnal Ecogen* 4(1): 81.
- Fitri et al. 2022. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo." *Prologia* 6(1): 154.
- Ha Nguyen et al. 2021. "Factors Influencing Online Shopping Intention: An Empirical Study in Vietnam." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(3): 1257–66.
- Herman & Stephan. 2019. "DAMPAK DAYA TARIK IKLAN DAN KOMENTAR PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI ONLINE SHOP DI KOTA MEDAN." *Jurusan Teknik Kimia USU* 3(1): 18–23.
- Hermansyah. 2020. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Online Shop Gic." *Jurnal Industri Kreatif (JIK)* 4(01): 37–44.
- Ikawati et al. 2021. "The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on Brand Image and Purchase Decisions for Tokopedia Application Users in Samarinda." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 5(2): 461–71.
- Indriawan et al. 2023. "Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11(1): 905–14.
- Jufrizen et al. 2020. "Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram." *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(2): 249.
- Khairi & Rahman. 2022. "Conventional Traders' Survival Strategies in the Middle of Online Shop Development (Case Study of Clothing Selling)." *Journal of Social Science Studies (JOS3)* 2(2): 31–34.
- Khairusy et al. 2023. "The Effect of Online Marketing and E-Service Quality on Purchase Decisions: An Emprirical Study on Online Shop." *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation* 32(3): 2373–82.
- Masida et al. 2022. "Pengaruh Potongan Harga, Daya Tarik Iklan Dan User Friendly Pada Aplikasi Dompot Digital Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Milenial." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1(3): 18–23.
- Masitoh et al. 2023. "Pengaruh Visual Appeal, Sales Promotion, Dan Hedonic Browsing Terhadap Mobile Impulse Buying Pelanggan m-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Perusahaan* 2(2): 10–26.
- Mauludin et al. 2022. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1(1): 108–23.
- Menitulo et al. 2021. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4(2): 297–308.
- Mifta. 2023. "Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Situs Belanja Online (Studi Terhadap Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang)." *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* VII(2): 153–63.
- Mohamad et al. 2020. "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota

- Manado." *Jurnal Holistik* 13(4): 1–18.
- Muhtadi et al. 2022. "Literature Review: Pengaruh Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Konsumen." *Seniman Transactions on Management and Business* 3(1): 1–10.
- Muliati. 2016. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF Maria." *Revista CENIC. Ciencias Biológicas* 152(3): 28.
- Nadia. 2022. "ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN DAYA TARIK IKLAN PADA APLIKASI E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* Vol 11, No(2021): 1–13.
- Napitulu et al. "PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DARMA AGUNG MEDAN Oleh:"
- Nurilah & Arief. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Shopee." *Management and Accounting Expose* 6(1): 35–46.
- Padmasari. 2022. "Influence of Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Sales Promotion on Impulse Buying on Users of Shopee." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(1): 123–35.
- Pangemanan et al. 2022. "Online Impulse Buying Konsumen E-Commerce Generasi Z Di Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(2): 1203–10.
- Pritayana. 2020. "Analisis Keputusan Pembelian Online Tinjau Dari Promosi, Harga Dan Daya Tarik Iklan (Studi Pada Produk Alat Kesehatan)."
- Purwanto & Agus. 2022. "The Role of Digital Leadership, e-Loyalty, e-Service Quality and e-Satisfaction of Indonesian E-Commerce Online Shop." *International Journal of Social and Management Studies (IJOSMAS)* 03(05): 51–57.
- Putri et al. 2023. "Pengaruh Citra Merek Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Di Instagram." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 10(2): 1177–88.
- Rafie et al. 2020. "Pengaruh Loneliness Terhadap Online Impulsive Buying Pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung." *Prosiding Psikologi* 6(2): 753–59.
- Rahmadani, Ayu. 2022. "Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Lemari Es." *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10(3): 922–36.
- Riyanto & Suriyanti. 2021. "Pengaruh Kepercayaan, Desain Website Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tiket.Com Di Bekasi." *Jurnal Pelita Ilmu* 15(01): 42–47.
- Rizkiyah et al. 2021. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 16(1): 107–26.
- Saodin. 2021. "Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(2): 105–22.
- Sari & Rahmatika. 2021. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7(1): 44–57.
- Sari et al. 2023. "Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Marketplace." *Jurnal Ekonomi Efektif* 5(3): 481.
- Sasongko et al. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, Dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 4(4): 488–501.
- Saswiana. 2020. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa STIEM Bongaya)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar (STIEM Bongaya)* 5(1): 60–69.

- Selly et al. 2019. "Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung)." *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7(1): 46–55.
- Siburian et al. 2022. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga Dan Sales Promotion Terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19." *Jurnal Mirai Management* 7(3): 176–91.
- Sitepu et al. 2021. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gelael Supermarket Citraland Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10(2): 1085–95.
- Situmarong & Maria. 2021. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 Di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1): 123–30.
- Suheri et al. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air." *Jurnal Kolaboratif Sains* 5(2): 110–19.
- Suryawijaya. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo Di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat)." *Prologia* 5(1): 60.
- Tonda et al. 2022. "Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(2): 509–19.
- Utomo & Putri. 2023. "PERAN DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA DALAM MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBERSIH WAJAH Lendra." *Jurnal Skripta* 9(1): 29–36.
- Wahyun & Reni. 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): 144–54.
- Wijana et al. 2023. "Pengaruh Price Discount Terhadap Online Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 12(04): 687–96.