

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, and Jogyianto Hartono. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Afriyadi, Achmad Dwi. "TikTok Shop Beroperasi Lagi, Tapi Lewat Tokopedia." *DetikSumbagsel*. Last modified 2023. Accessed June 20, 2025. <https://www.detik.com/sumbagsel/bisnis/d-7082929/tiktok-shop-beroperasi-lagi-tapi-lewat-tokopedia>.
- Aqiliyyah, Dewi. "Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015)." UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Ariesanti, Alia. *Realita Masyarakat Dalam Potret Netnografi*. Ebook, 2021. <https://tinyurl.com/relalitamasyarakat>.
- Bahri S., Andi. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *HUNafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 347.
- Balgista, Tiara Wildana, Budi Wahono, and Nanik Wahyuningtiyas. "Pengaruh Kesenangan Berbelanja, Persepsi Harga Dan Impulsive Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Live (Studi Pada Pelanggan Shopee Live Di Kec. Lowokwaru Kota Malang)." *Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024).
- Bayley, Geoff, and Clive Nancarrow. "Impulse Purchasing: A Qualitative Exploration of the Phenomenon." *Qualitative Market Research: An International Journal* 1, no. 2 (1998): 99–114.
- Belch, George E., and Michael A. Belch. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 11th ed. McGraw-Hill Education, 2018.
- Brown, Danny, and Sam Fiorella. *Influencer Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand Influencers in Social Media Marketing*. Indianapolis: Que Publishing, 2013.
- Cho, D., J. Huh, and R. J. Faber. "The Influence of Sender Trust and Advertiser Trust on Online Information Credibility in the Context of Social Media." In *American Academy of Advertising Conference Proceedings*, 10–12, 2012.
- Cialdini, R. B. *Influence: Science and Practice*. 4th ed. Boston: Allyn & Bacon, 2001.
- Darwipat, Dermawansyah, Agus Syam, and Marhawati Marhawati. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen

- Marketplace.” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 2 (2020): 58.
- Dewanti, Intan, and Agung Haryono. “Pengaruh Persepsi Harga, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Baju Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017” 1, no. 8 (2021): 718–734.
- Dogra, K. “The Impact of Influencer Marketing on Brand Loyalty Towards Luxury Cosmetics Brands: Comparison of Generation Z and Millennial.” Modul University Vienna, n.d.
- Dwi Putri, Ishmah Azizah, and Khusnul Fikriyah. “PENGARUH INFLUENCER DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK KOSMETIK HALAL DI TIKTOK SHOP” 07, no. 01 (2023): 9–10.
- Fahriansah, Fahriansah, Nanda Safarida, and Shelly Midesia. “Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia.” *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 12, no. 2 (2023): 386.
- Fitri, F. A. *Terlena Dalam Nikmatnya Belanja. Edisi Pertama*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Fourqoniah, F, and M.F Aransyah. *Pengantar Periklanan Buku Ajar*. Klaten: Lakeisha, 2019.
- Fransiska, Vinia, and Sinta Paramita. “Live Shopping Dalam Industri Komunikasi Digital Melalui Instagram.” *Prologia* 4, no. 1 (2020): 67.
- Ghozali, Imam. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Ghozali, Imam, and Henky Latan. *Partial Least Square, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- Hanif, Hasnan. “Landasan Syariah Dalam Etika Periklanan.” *Nukhbatul 'Ulum* 4, no. 1 (2018): 446–462.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Pustaka Ilmu*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hariyanti, Novi Tri, and Alexander Wirapraja. “Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur).” *Jurnal Eksekutif* 15, no. 1 (2018): 133–146.
- Harjati, Lily, and Yurike Venesia. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala.” *E-Journal Widya Ekonomika* 1, no. 1 (2017): 64–74.

- Haryono, Siswoyo, and Parwoto Wardoyo. *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama, 2013.
- Hayes, Nick, and Duncan Brown. *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2008.
- Herlina, Herlina, Julia Loisa, and Teady Matius Surya Mulyana. "Dampak Flash Sale Countdown Timer Di Marketplace Online Pada Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Intervening." *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)* 1, no. 1 (2021).
- Ishak, Khodijah. "Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam." *Universitas Nusantara PGRI Kediri* 01 (2017): 1–7.
- Jesica, Ade, and Farida Indriani. "Pengaruh Kualitas Website, Flash Sale, Dan Dorongan Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Di Shopee Melalui Emosi Positif." *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 23 (2022). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/7321>.
- Kahneman, D., and A. Tversky. "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk." *Econometrica* 47, no. 2 (1979): 263–291.
- Kapitan, Sommer, and David H. Silvera. "From Digital Media Influencers to Celebrity Micro-Influencers: How Status and Personality Traits Influence Consumer Behavior." *Journal of Consumer Psychology* 26, no. 4 (2016): 635–642.
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: III T Indonesia, 2003.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: Prenhalindo, 2001.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. 7th ed. Harlow: Pearson Education, 2018.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zahra Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Kusdyah, Ike. "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7, no. 1 (2012): 25–32.
- Lavenia, Gabrielle, and Rezi Erdiansyah. "Analisis Pengaruh Influencer Marketing Dan Perceived Trust Terhadap Impulsive Buying Menantea." *Prologia* 6, no. 2 (2022): 328–333.
- Lengkawati, Arti Sukma, and Taris Qistan Saputra. "Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)." *Prismakom* 18 (1), no. 1 (2021): 33–38.

- Lily, Harjati, and Venesia Yurike. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala." *E-Journal WIDYA Ekonomika* 1, no. 1 (2015): 64–74.
- Louden, David L, and Albert J Della Bitta. *Consumer Behaviors 4 Edition*. New York: Mcgraw Hill, 1993.
- Lubaba, Hanny, and Masyhuri Masyhuri. "Pembelian Impulsif Selama Pandemi Covid-19: Model Mediasi." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 11, no. 2 (2021): 214–223.
- Marwick, Alice E. "Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age." *Social Media + Society* 1, no. 1 (2013): 1–13.
- Mehrabian, A., and J. A Russell. *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press, 1974.
- MH, Novia, and Harmon Harmon. "Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 2, no. 3 (2017): 121.
- Muhti, Vicky Vadila. "Wajah Baru TikTok Shop, Ini Sederet Keistimewaannya." *DetikInet*. Last modified 2025. Accessed June 20, 2025. <https://inet.detik.com/business/d-7804298/wajah-baru-tiktok-shop-ini-sederet-keistimewaannya>.
- Munawaroh, Lulu'atul. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Flash Sale Melalui Clearance Day Dalam Big Sale Shopee.Com." *Universitas NU Sunan Giri* (2021): 6.
- Muslimin, Kara. *Pemikiran Al-Syatibi Tentang Masalah Dan Implementasinya Dalam. Assets*. Vol. 2, 2012.
- Norhilaliah, and Eka Santi Agustina. "PENGARUH PROGRAM FLASH SALE DAN CASHBACK TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP (The Influence Of Flash Sale And Cashback Programs On Impulsive Buying Behavior Among Tiktok Shop Users)" (2024): 51–57.
- Peter, Paul J., and Jerry C. Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th Editio. New York: McGraw-Hill Education, 2011.
- Populix. "Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia." *PT Populix Informasi Teknologi*. Last modified 2020. Accessed June 20, 2025. <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/>.
- Pulu, Meidy Rosalie, and Carunia Mulya Firdausy. "Pengaruh Live Streaming Shopping, Convenience Payment Methods, Dan Free Shipping Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Tiktok Shop Indonesia Di Jabodetabek Dan Non Jabodetabek." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 8 (2024).

- Putri, Agwesti Yasshyka Kurnia, and Muhammad Zaini. "The Influence Of Price Perception, Quality Perception, And Store Atmosphere On Impulse Buying And Consumer Satisfaction At Mr. D.I.Y. In Samarinda City." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 4400–4413. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Putri, Moudy Nitazya Dwi, Ita Juwitaningrum, and Diah Zaleha Wyandini. "Pengaruh Emosi Positif Dan Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Impulsif Wanita." *Jurnal Psikologi Insight* 3, no. 1 (2019): 70–78.
- Putri, Yova Miranda, and Firmansyah. "Pengaruh Flash Sale Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 47–55.
- Qaradhwawi, Yusuf Al. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam (Terjemahan)*. Jakarta: GEMA INSANI, 2018. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=3yt7EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ekonomi+islam&ots=mW9KAF5Bhl&sig=tegAJ7fKDdpWoVlhCc35_Bqkc1k.
- Rahmasari, Lisda. "Menciptakan Impulse Buying." *Majalah Ilmiah Informatika* 1, no. 3 (2010): 56–68.
- Ramadhani, Laili Nur, and Dian Ari Nugroho. "Pengaruh Live Streaming, Flash Sale, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying." *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 3, no. 1 (2024): 207–215.
- Renita, Intan, and Budi Astuti. "Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta." *Selekta Manajemen : Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 01, no. 04 (2022): 109–120.
- Riyanto, Galuh Putri, and Wahyunanda Kusuma Pertiwi. "TikTok Shop Makin Digemari Warganet Di Asia Tenggara Untuk Belanja Online." *Kompas.Com*. Last modified 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/01/13/19250037/tiktok-shop-makin-digemari-warganet-di-asia-tenggara-untuk-belanja-online>.
- Rook, D. W., and M. P. Gardner. "In the Mood: Impulse Buying's Affective Antecedents." *Research in Consumer Behavior* 6 (1993): 1–28.
- Rook, Dennis W. "The Buying Impulse." *Journal of Consumer Research* 14, no. 2 (1987): 189.
- Rook, Dennis W., and Robert J. Fisher. "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior." *Journal of Consumer Research* 22, no. 3 (1995): 305.
- Salmah, Alifa, and Muhammad Erysa Faraby. "Analisis Perilaku Impulse Buying Pada Diskon Live Streaming Di E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo.)"

- Jurnal Ekuilnomi* 6, no. 2 (2024): 320–329.
- Salva, Walter P., and Rhea-Lyn Fajardo La Penia. “People Impulse Buying Behavior Amidst Pandemic.” *International Journal of Research Publications* 203, no. 1 (2022).
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. 9th ed. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2007.
- Shimp, Terence A. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. 8th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2020.
- Sholekah, Aminatus. “Pengaruh Program Flash Sale Tik Tok Shop Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Z Menurut Etika Konsumsi Dalam Ekonomi Syariah.” *Mu’amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2023): 1–13.
- Sipil, Administrasi Kependudukan dan Pencatatan. “Kependudukan Kota Tasikmalaya Tahun 2023 Semester II.” *Opendata Kota Tasikmalaya*. Last modified 2024. <https://opendata.tasikmalayakota.go.id/artikel/kependudukan-kota-tasikmalaya-tahun-2023-semester-ii>.
- Soave, Dwita, Natio Marbun, and Mariana Simanjuntak. “Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis Pp.” In *Seminar Nasional Ekonomi Bisnis*, 130–142, 2020.
- Sopiana, Sita, Ade Komaludin, and Edy Suroso. “Pengaruh Influencer Marketing Dan Value Co-Creation Terhadap Customer Engagement Melalui Minat Beli Dan Impulsive Buying Pada Fashion Batik Modern Kartini’s Label (Studi Kasus Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Barat).” *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development* 6, no. 4 (2024): 902–915.
- Statista. “Countries with the Largest TikTok Audience as of July 2024.” *Statista*. Last modified 2024. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>.
- Sudha, M., and K. Sheena. “Impact of Influencers in Consumer Decision Process: Impact of Influencers in the Fashion Industry.” *SCMS Journal of Indian Management* 93, no. 3 (2017): 14–29. <http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&PAGE=reference&D=emed5&N EWS=N&AN=12656442>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. ALFABETA, 2018.
- Suprapti, Ni Wayan Suryani. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press, 2010.
- Susanti, Desi, Hidayatullah Ismail, Amer Jamil, Henrizal Hadi, Ahyarul Abrar, and

- Syifa Hanifa. "PRINSIP-PRINSIP HUKUM ISLAM DALAM AKTIVITAS ENDORSEMENT BAGI INFLUENCER MUSLIMAH: KAJIAN BERDASARKAN TAFSIR." *e-Journal UIN Suska* (2024). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/hukumislam/article/downloadSuppFile/33566/7139>.
- Swastha, Basu. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Syafei, Rachmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Syahrir, Danial, E Ulinda, and M Yusuf. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: IPB Press, 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, 2008.
- Top, Young On. "10 Fitur TikTok Shop Yang Harus Kamu Manfaatkan Untuk Bisnis." Last modified 2024. <https://youngontop.com/10-fitur-tiktok-shop-yang-harus-kamu-manfaatkan-untuk-bisnis/>.
- Totok subianto. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 5, no. 3 (2016): 298–312.
- Ulfah, Almira Keumala, Ramadhan Razali, Habibur Rahman, Abd Ghofur, Umar Bukhory, Sri Rizqi Wahyuningrum, Muhammad Yusup, Rita Inderawati, and Faqihul Muqoddam. *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset Dan Pengembangan)*. Pamekasan: IAIN Madura Press, 2022.
- Utami, Cahyaning, Citra Savitri, and Syifa Pramudita Faddila. "PENGARUH FLASH SALE DAN DISKON TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA PRODUK FASHION DI SHOPEE" 6 (2024): 1519–1531.
- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia (3rd Ed.)*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Wardah, Fathimah, and Albari. "Analisis Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan JavaMifi." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 3 (2023): 188–205. <https://journal.uin.ac.id/selma/article/view/30137>.
- Wati, Ai, and Meily Indriani Putri. "Perspektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Flash Sale Di Shopee." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 2, no. 1 (2023): 14–28.
- Wuri Hermayanti, Ardina, and Ari Susantiaji. "Analisis Pembelian Impulsif Di Pasar Modern Kota Tegal Pada Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal MONEX* 01 (2022): 49–60.
- Yahmini, Exnasiyah. "Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga." *Exero: Journal of Research in Business and Economics* 2, no. 1 (2020): 41–56.

Yamin, Sofwan, and Heri Kurniawan. *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner Dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek, 2009.

Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.

Qur'an in Microsoft Word, n.d.