

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.
- Alfani, M. H. (2020). Pengaruh harga dan Promosi terhadap impulse buying pada produk online menurut ekonomi syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(2), 365-377.
- Alfani, M. H. (2020). Pengaruh harga dan Promosi terhadap impulse buying pada produk online menurut ekonomi syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(2), 365-377.
- AVIZENA, C. Y. (2022). Pengaruh Media Sosial TikTok Pada Pembelian Impulsif Daring Generasi-Z Melalui Efek Mediasi Respon Emosional (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Bih, A. K., Widarko, A., & Khalikussabir, K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Electronic Word of Mouth dan Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Pada Social Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Dahliawati, R. (2019). Perilaku impulse buying pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah dalam belanja online ditinjau dari perspektif ekonomi islam (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Dahliawati, R. (2019). Perilaku impulse buying pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah dalam belanja online ditinjau dari perspektif ekonomi islam (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Dimas Bayu. (2022, 13 Juni). Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022. Diakses pada 30 Oktober 2023, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>

- ERISTIA, G. PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA E-COMMERCE TIKTOKSHOP TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK KOSMETIK.
- Fadilah, T. N. (2023). PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI E-COMMERCE TIKTOK SHOP (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati).
- Hastuti, S. H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan sifat kepribadian terhadap pembelian impulsif (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Lishiella, L. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada# Racunshopee di Tiktok Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion oleh Remaja di Kelapa Gading Barat/Lishiella/69180188/Pembimbing: Imam Nuraryo.
- Lodeng, A. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- MUTMAINAH, S. (2023). PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PENGGUNAAN E-WALLET OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2019-2020) (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati).
- NAUFAL ZUHDI. (2024, 12 Desember). Visi Misi Sama Alasan TikTok Gandeng Tokopedia. Diakses pada 30 Mei 2024, dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/636681/visi-misi-sama-alasan-tiktok-gandeng-tokopedia>
- Pratiwi, V. J., Efendi, F., Fariz, M., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(2), 391-400.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video

- 'Belanja Gak Aturan' Dalam Akun Tiktok@ handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*, 7(01).
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif makanan kekinian mahasiswa urban surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417-1428.
- RAHMA, S. A. (2023). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Pada Tiktok Live.
- Rahmawati, A. Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying (Studi pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee di Kelurahan Poris Jaya) (Bachelor's thesis).
- RAMADHAN, A. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi penelitian pada Mahasiswa angkatan 2019 UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- RAMADHAN, A. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi penelitian pada Mahasiswa angkatan 2019 UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- 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.
- Santoso, A. A. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Electronic Word of Mouth (e-Wom) terhadap Impulsive Buying pada mahasiswa Perguruan Tinggi Islam pengguna Tiktok Shop dengan Self Regulation sebagai variabel moderasi di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- SETIAWAN, A. (2023). PENGARUH FLASH SALE DAN GRATIS ONGKIR TIK TOK SHOP TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA MASYARAKAT BERINGIN LESTARI TAPUNG HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Sholekhah, A. (2023). 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(1).
- Siregar, D. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Gratis Ongkir Terhadap Buying Decison di Shopee di Kota Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021, October). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, pp. 632-639).
- Wardah, N. A. (2021). Pengaruh gaya hidup berbelanja dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif Avoskin di Shopee. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 121-132.
- Yunitasari, F. (2018). Pengaruh dimensi electronic word of mouth (E-wom) terhadap keputusan pembelian di marketplace dalam perspektif ekonomi islam (Studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam angkatan 2015) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).