

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, M. F., & Mahani, S. E. 2018. Pengaruh *Digital. Marketing* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse. Buying* pada Situs Berrybenka.com. (Studi kasus pada Masyarakat Kota Bandung.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Online Purchase Decision* Pada Platform Belanja Online Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144-152.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro.
- Semarang. Fernaldi, Richie. 2016. *Perumusan Added Value Dalam*
- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran *impulsive buying* saat *live streaming* pada masa pandemi covid-19 (studi kasus *e-commerce shopee*). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555.
- Griffin, Manajemen Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2004), h.27.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hisam, S. (2018). *Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat—Kelebihan—Kekurangan)*.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *A framework for marketing management*, sixth edition, global edition. England: Pearson.
- Kencana, D. S. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review,*

Impulse Buying, dan *Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Pada TiktokShop (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Kholik, Abdul, Sri, dkk. 2022. *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup dan Konsep Dasar*. Bandung :Widhina Bhakti Persada Bandung.

Krisnawati, 2019. Strategi *Digital Marketing* dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Vol 10, 72.

Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi *Digital Marketing*, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). Jurnal Ekonomika '45, 5, (1). 38-54.

Manap, H.A. 2016. Revolusi Manajemen. Mitra Wacana Media. Jakarta

Maulana, R. P. N., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Promosi dan *Impulse Buying* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bunga Swalayan Sampang. Jurnal STEI Ekonomi, 30(01), 74-83.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2019). Perilaku konsumen. Bandung: Refika Aditama.

Nisa, N. K., & Sudarwanto, T. (2021). PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*. *Sumber*, 192, 000.

Nurdian, Graha. 2022. “Data Statistik Tiktok 2022”, <https://grahanurdian.com/statistik-tiktok-2022/#7->, Diakses 20 Januari

Pinky, A. (2022). PENGARUH *REVIEW* DAN *AFFILIATE MARKETING* PRODUK MARKETPLACE TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN DALAM *PERSPEKTIF* EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas

Islam Negeri Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.

Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, *impulse buying* dan *electronic word of mouth (ewom)* terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* merek OPPO di kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 233-247.

Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan *Affiliate Marketing* terhadap Volume Penjualan. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 94-103.

Samsudin, A., Hidayat, R., Alfarizt, Z., Mitayani, I., Fazarina, H., Lubis, S. A., & Rosyda, S. N. (2022). Pengaruh Strategi *Digital Marketing* dalam Keputusan Pembelian Produk Camille melalui *Marketplace* Shopee. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10436-10447.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). Bandung : Alfabet.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Silalahi, Ulber. 2019. *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil*, Bandung : PT. Refika Aditama

Panjaitan, Raymon. 2018. *Manajemen Pemasran*. Semarang : Sukarno Pressindo

Wicaksono, Q. *Pengaruh Shopee Affiliates Program terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian* (Doctoral dissertation, IPB University).