

DAFTAR PUSTKA

- Ardian, M. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara "PESBUKER" di ANTV. *Jurnal E-Komunikasi*, 6.
- Abdullah, K. d. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Agung, H., Marta, R. F., & Christanti. (2021). Dampak Strategi Pemasaran Digital Shopee Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kesehatan Selama Pandemi di Indonesia. *COMMUNICATION*, 123-124.
- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Impulsive Buying Berbelanja Online pada Mahasiswi Ditinjau dari Kecerdasan Emosional. *HUMANTECH : JURNAL ILMIAH MULTIDISPLIN INDONESIA*.
- Amin, B. (2019). Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Ibu Rumah Tangga. (*Naskah Publikasi*) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Annur, C. (2003). Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (januari - Desember 2023) . *Databoks*,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/ini-persaingan-kunjungan-5-e-commerce-terbesar-di-indonesia-sepanjang-2023#:~:text=>
- Annur, C. M. (2023). Transaksi E-commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z dan Milenial. *Databoks*,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/transaksi-e-commerce-konsumen-usia-tua-terus-meningkat-ketimbang-gen-z-dan-milenial>.
- Apriyono, A., & Taman, A. (2013). Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2009. *Jurnal Nomina*, 82.
- Asterrina, F., & Hermiati, T. (2013). *Pengaruh Discount terhadap Perilaku Impulsive Buying*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Azwar, S. (2012). *PENYUSUNAN SKALA PSIKOLOGI*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beatty, S. a. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal of Retailing*, 169-191.
- Bong, S. (2012). Pengaruh Karakteristik Personal Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Konsumen Ritel Hypermart Di Jakarta. *Jurnal Management*.
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Resiko Sharing dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa FISE UNY. *Jurnal Nomina*, 195.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *ISTIQRA*, 86.
- Fitriana, & Koentjoro. (2008). Keranjang Berbelanja Pada Wanita Bekerja . *Jurnal Psikologi : Universitas Gadjah Mada*.
- Fuad, A., Puspitawati, I., & Akhori, M. N. (2022). Impulsive Buying Pada Konsumen Tanaman Hias Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif). *JUKEKE*, 60.
- Goleman. (2005). *Kecerdasan Emosi: Untuk Mencapai Puncak Prestasi* (Terjemahan Alex Tri Kantjono). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Harmon. (2016). Faktor penentu Perilaku Impulsive Buying pada fashion business di kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Investasi*.
- Hospitals, S. (2024). Mengenal Perilaku Impulsive Buying dan Cara mengatasinya. *Siloam Hospital*.
- Hurlock, E. B. (1990). Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Dalam I. S. Elizabeth B.. Jakarta: Erlangga.
- Lase, Y. K. (2023, Maret 12). *Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja Online*. Dipetik Juli 19, 2024, dari GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/alasan-masyarakat-indonesia-memilih-metode-belanja-online-gliUw>
- Lemeshow, S. &. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Terjemahan). Yogyakarta: Gadjahmada University Press.

- Lestari, S. (2019). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Lin, C. &. (2005). The Effect of Individual Differences on Adolescents' Impulsive Buying Behaviour. *Adolescence*.
- Lin, S. C., & et all. (2022). Exploring factors influencing impulse buying in live streaming shopping: a stimulus-organism-response (SOR) perspective. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*.
- Lo, P. S., Dwivedi, Y. K., Wei-Han Tan, G., Ooi, K. B., Cheng-Xi Aw, E., & Metri, B. (2022). Why do consumers buy impulsively during live streaming? A deep learning-based dual-stage SEM-ANN analysis. *Journal of Business Research*.
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Tiktokshop. *Commercium*.
- Mairoslianti, W., & Fikry, Z. (2021). Hubungan Self Esteem Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Perhotelan dan Pariwisata Universitas Negeri Padang. *Socio Humanus*.
- Mengenal Perilaku Impulsive buying dan Cara mengatasinya. (2024, Agustus 29). *Siloam Hospitals*, hal. <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/apa-itu-impulsive-buying>.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Kompetensi*, 64.
- Mohammad, A. &. (2006). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. *Bumi Aksara*.
- Muharsih, L., & Afrian, R. (2023). Seminar Online "Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Berdasarkan Konsep Diri". *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*.
- Nurhaliza, P., & Kusumawardhani, A. (2023). Analisis Pengaruh Live Streaming shopping, Price Discount dan Ease of Payment Terhadap Impulsive Buying. *Diponegoro Journal Of Management*.

- Nurhaliza, P., & Kusumawardhani, A. (2023). ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN EASE OF PAYMENT TERHADAP IMPULSIVE BUYING (Studi pada Pengguna Platform Media Sosial Tiktok nIndonesia). *Diponegoro Journal of Management*.
- Nurhanisah, Y. (2024). 221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek Sama Internet. *Indonesiabaik.id*, <https://indonesiabaik.id/infografis/221-juta-penduduk-indonesia-melek-sama-internet>.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyesuaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 35.
- Rahma, N. A., Dirgantara, I. M., & Almadana, A. V. (2022). Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan dan Live Commerce terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Empiris pada Mahasiswa Pelanggan Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Rusi, I. (2019). Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Minat dan Motivasi Belajar Dengan Mempertimbangkan Jenis Kelamin. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 68.
- Rusmita, S. E. (2024). Hubungan antara stres dan pembelian impulsif pada kalangan perempuan remaja akhir. *Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Setyowati, D. (2023). Dampak Tiktok Gabung Tokopedia ke Shopee, Laza Hingga Bukalapak. *Katadata.co.id*, <https://katadata.co.id/amp/digital/e-commerce/6576c1018f412/dampak-tiktok-gabung-tokopedia-ke-shopee-lazada-hingga-bukalapak>.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyorini, I. (2023, Desember 13). Live Shopping Jadi Tren Belanja! Kira-Kira Kenapa Ya?
- Verplanken, B., Herabadi, A. G., Perry, J. A., & Silvera, D. H. (2005). Consumer Style and Healthy: The Role of Impulsive Buying in Unhealthy Eating. *Psychology and Health*.

- Youn, S., & Faber, R. J. (2000). Impulse Buying: its relation to personality traits and cues. *ACR North American Advances*.
- Yunarko, Azela M. (2021). Transaksi e-commerce Meningkat Hingga Kuartal IV 2020, Tren e-commerce 2021 Diprediksi Tumbuh Positif. Jet Commerce. <https://jetcommerce.co.id/update/transaksi-e-commerce-meningkat-hingga-kuartal-iv-2020-tren-e-commerce-2021-diprediksi-tumbuh-positif/>.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 50.