DAFTAR PUSTAKA

Abidah, Aulia Nurul Syifa El. & Alfredo, Ronald. 2024. *Perilaku Impulsive Buying Dalam Tren Affiliate Marketing Di TikTok Shop.* Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 03, No. 2

Adawiyah, Rafi'ah Al & Haris, Helmi. 2024. *Pengaruh Live streaming, Shopping Lifestyle, dan Hedonic Shopping Value terhadap Impulsive Buying melalui TikTok Shop dengan Mediasi Price Discount pada Generasi Z*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan. Vol 5, No. 2

Akram, U., Hui, P., Khan, M.K., & Yan, C. (2023). "Factors Affecting Online Impulse Buying: Evidence from Chinese Social Commerce Environment." *Sustainability*, 15(3), 2345-2367.

Anjayani, D., & Febriyanti, N. (2022). "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee." *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 145-158.

Asmawati, A., et al. (2019). "Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 78-92.

Aulia, S., & Zuhrotun, A. (2021). "Regulasi Kosmetik di Indonesia." *Jurnal Ilmu Kefarmasian, 18(2), 112-125.*

Azzari, F., & Prabowo, H. (2024). "Pengaruh Content Creator, Price Promotion, Sosial Media Marketing Terhadap *Impulsive Buying* dalam Pembelian Produk Skincare Pada Aplikasi *TikTok Shop*." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-58.

Bappeda Kabupaten Ponorogo. (2025). *Masterplan Smart City Kabupaten Ponorogo 2025-2030*. Ponorogo: Bappeda Kabupaten Ponorogo.

BPS Kabupaten Ponorogo. (2024). *Kabupaten Ponorogo dalam Angka 2024*. Ponorogo: BPS Kabupaten Ponorogo.

Chen, C.C., & Lin, Y.C. (2018). "What Drives Live-Stream Usage Intention? The Perspectives of Flow, Entertainment, Social Interaction, and Endorsement." *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303.

Chen, Y., Lu, Y., Wang, B., & Pan, Z. (2023). "How Do Product Recommendations Affect Impulse Buying? An Empirical Study on WeChat Social Network." *Information & Management, 60*(2), 103-121.

Databoks.com. (2023). *10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Oktober2023).* Diaksdes pada 15 Februari 2025.

https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/e648305dcaf6b0f/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia.

Databoks.com. (2023). *Ini Platform Belanja Online Paling Diminati Konsumen saat Ramadan.* Diaksdes pada 15 Februari 2025. https://databoks.katadata.co.id/index.php/infografik/2024/03/26/ini-platform-belanja-online-paling-diminati-konsumen-saat-ramadan.

Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo. (2024). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo Tahun 2024*. Ponorogo: Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo.

Efendi, F.B., & Aminah, S. (2024). "Analisis Strategi Pemasaran *Skintific* dalam Meningkatkan Brand Awareness di Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 67-82.

Efendi, Farhan Bachtiar & Aminah, Siti. 2024. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)*. Jurnal Manajemen dan Sains. Vol. 8, No.1

Feng, W., et al. (2024). "The Impact of Discounts on Consumer *Impulsive Buying* Behavior in E-commerce." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103-118.

Fitriana, D., & Istiyanto, B. (2024). "Pengaruh *Flash Sale*, Discount dan Tagline 'Gratis Ongkir' terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pengguna Shopee di Soloraya." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 156-172.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gospa, A., et al. (2024). "Pengaruh *Live Streaming* E-Commerce TikTok Terhadap Perilaku *Impulsive Buying*." *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 89-104.

Gumilang, R.R., Sumiati, A., & Tresnasi, A. (2024). "Pengaruh *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada E-commerce." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 134-148.

Gumilang, Risa Ratna., Sumiati, Ai & Tresnasi, Aris. 2024. *Pengaruh Flash sale dan Live streaming Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Platform TikTok.* Jurnal Ilmiah Manajemn. Vol. 15, No. 3

Hakim, L., et al. (2022). "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *TikTok Shop*." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen,* 11(3), 78-93.

Hidayat, R., & Riofita, H. (2022). "Pengaruh Diskon dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di Era Digital Pada Platform E-Commerce." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45-60.

Isnaini, M., Besra, E., & Suziana, S. (2024). "Pengaruh Diskon terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen E-commerce." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 167-182.

Isnaini, Masita. Besra, Eri & Suziana. 2024. *Pengatuh Shopping Lifestyle Dan Price Discount Terhadap Impulsive Buying TikTok Shop Dengan Self-Control Sebagai Moderasi Pada Gen Z Kota Padang*. Vol. 7, No. 6

Khairani Anisya et al. 2024. *Pengaruh Live streaming Seling dan Diskon pada Aplikasi TikTik Shop Terhadap Perilaku Umpulse Buying (Stusi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara Kota Medan).* Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol 2 No.

Khairani Anisya, et al. (2024). "Pengaruh *Live Streaming TikTok Shop* terhadap *Impulsive Buying*." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 56-71.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2022). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-15*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, R.A., & Nugroho, R.H. (2024). "Pengaruh *Flash Sale* terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Marketplace." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 89-104.

Kurniawan, Rafika Athiya & Nugroho, Rusdi Hidayat. 2024. *Pengaruh Content Marketing, Live streaming Dan Flash sale Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi TikTok Shop di Surabaya: Studi Pada Pengguna Tahun 2022-2023.* Vol.6, No. 2

Nurilah, F., & Arief, M. (2023). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Impulsive Buying* di E-commerce." *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 123-138.

Nurilah, Fitri & Arief, Muhmmad. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Shopee*. Jurnal Usahid Management & Accounting Expose. Vol. 6, No.1

Oktavyana, D., et al. (2024). "Pengaruh Program Gratis Ongkir, Discount, dan *Flash Sale* Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 67-82.

Pemerintah Kabupaten Ponorogo. (2024). *Profil Kabupaten Ponorogo 2024. Ponorogo: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ponorogo*.

Putri, A., et al. (2025). "Pengaruh *Live Streaming*, *Flash Sale* dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Pengguna Aplikasi TikTok." *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 45-60.

Rafi'ah Al Adawiyah, & Haris, H. (2024). "Strategi Promosi Penjualan dalam Mendorong *Impulsive Buying* di E-commerce." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 78-93.

Renita, R. (2022). "Pengaruh Program *Flash Sale* terhadap Pembelian Impulsif dan Shopping Enjoyment Pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Yogyakarta." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 8(2), 112-127.

Riduan, & Kuncoro, E.A. (2012). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.

Rinaldo, D., & Irwansyah, I. (2022). "*Live Streaming* sebagai Media Promosi dalam E-commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 145-160.

Rofiq, M.Q. (2024). "Perilaku *Impulsive Buying* pada Konsumen Online." *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(1), 34-49.

Rofiq, Maily Qisti. 2024. *Self Esteem dan Perilaku Pembelian Impulsif: Mempelajari perilaku pembelian online.* Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi. Vol. 12, No 1.

Rohayo (2014). *Pengantar Ekonomi Digital*. Bogor: Mitra Wacana Media.

Rohoyo, R. (2024). "Perkembangan E-commerce di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 23-38.

Rook, D.W., & Fisher, R.J. (2023). "Normative Influences on *Impulsive Buying* Behavior." *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.

Sawitri, Rizky & Meiriza, Allsela. 2023. *Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC*. Jurnal Nasional Teknologi & Sistem Informasi Teknologi. Vol 9 No 1

Simanjuntak, M. (2022). "Pengaruh *Flash Sale* Promotion dan Discount terhadap Online *Impulsive Buying*." *Jurnal Manajemen*, 11(2), 89-104.

Statista Market Insight. (2024). "Proyeksi Pendapatan Pasar Kosmetik di Indonesia 2024-2029." *Statista Database*.

Sucipto, A. (2024). "Strategi *Flash Sale* dalam Meningkatkan Penjualan di E-commerce." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 56-71.

Sugiyono (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi 2. Bandung:Alfabeta

Utama, Nadia Faliha. 2024. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Generazi Z*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD). Vol. 2, N0. 3

Wang, Y., & Zhang, J. (2025). "The Impact of *Live Streaming* on Consumer *Impulsive Buying* Behavior." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103-115.

Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). "The Role of *Live Streaming* in Building Consumer Trust and Engagement with Social Commerce Sellers." *Journal of Business Research*, 117, 543-556.

Young On Top. (2024). *10 Fitur TikTok Shop yang Harus Kamu Manfaatkan untuk Bisnis*. Diakses pada 17 Februari 2025. https://youngontop.com/10-fitur-tiktok-shop-yang-harus-kamu-manfaatkan-untuk-bisnis/.

Yulius, Y., & Aprillia, A. (2019). "Pengaruh *Live Streaming* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Platform TikTok." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 112-127.

Zhang, X., Li, Y., & Liu, Q. (2024). "The Impact of *Flash Sale*s on Consumer *Impulsive Buying* Behavior in Social Commerce." *Journal of Electronic Commerce Research*, 25(1), 45-67.