

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri, and Patta Rapanna. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Barat: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Agustina, Rina Samsiyah, Azka Muhammad Mufti, Ima Rahmawati, and Irni Fahrani. *Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, vol. 03, no. 01 (2024): 52–60.
- Amelia. *Analisis Strategi Promosi Produk Skincare Melalui Live Streaming Shopee Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Febi Angkatan 2021 Pengguna Produk Ms Glow Di IAIN Kediri)*. UIN Syekh Wasil Kediri, 2024.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Arif, Nur Aulia Syajida. *Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Shopping Motivation Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotional Response Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Avicenna, Muhammad, Sutisna Riyanto, and Erna Ernawati. *Media Sosial Tiktok Sebagai Alat Komunikasi Digital Layanan Transpakuan Bogor*. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain, dan Media, vol. 4, no. 2 (2025): 409–421.
- Beatty, Sharon E, and M Elizabeth Ferrell. *Impulse Buying: Modeling Its Precursors*. Journal of retailing, vol. 74, no. 2 (1998): 169–191.
- Dewa, C. B., and L. A. Safitri. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)*. Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, vol. 12, no. 1 (2021): 65–71.
- Dittmar, Helga. *Compulsive Buying - a Growing Concern? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values as Predictors*. British Journal of Psychological Society, 2005.
- Hardyansah, Christian Wiradendi Wolor, and Rahmi. *Analisis Impulsive Buying E-Commerce (Studi Pada Pengguna Shopee)*. Journal of Business Application, vol. 3, no. 1 (2024): 4.
- Hasan, Muhammad, Tuti Khairani Harahap, Syahril Hasibuan, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalhah, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, and Andi Aris Mattunruang S E. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Tahta Media Group, 2022.
- Inaya, Nurul, and Andi Ika Fahrika. *Pengaruh Actualize Digital Payment System*

Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Monzer Kahf. Economics and Business, vol. 7, no. 3 (2025).

Indri Kartika Dewi. *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Binis Online Konsumen Traveloka*. Universitas Brawijaya, 2018.

Kasmiyatik. *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Suracoyaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa*. Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.

Kemp, Simon. *Digital 2026: Indonesia*. Data Reportal. Last modified 2025. Accessed December 14, 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia?rq=digital>.

Khasanah, Silvia Imroatun. *Pengaruh Diskon Dan Affiliate Marketing Tiktok Shop Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung*. Institut Agama Islam Negeri Metro, 2025.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing Global Edition*. London: Pearson Education Limited, 2018.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 432. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2020.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Always learning. Pearson, 2016.

Lamongan, BPS Kabupaten. *Kabupaten Lamongan Dalam Angka Lamongan Regency in Figures 2025*. Lamongan: BPS Kabupaten Lamongan, 2025.

M, Fara Dinda, Muhammad Mujaddid, and Qeyzha Putri Rania. *Dampak Media Sosial Pada Ragam Bahasa Masyarakat*. Jurnal Harmoni Nusa Bangsa, vol. 2, no. 2 (2024): 121–129.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Negara, Aisha Bhelia Dewi. *Analisis Penerapan Strategi Promosi Berbasis Media Sosial Instagram Terhadap Peningkatan Customer Engagement (Studi Kasus: UMKM Serambi Milk)*. Universitas Andalas Padang, 2023.

Nouvan. *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia 2025*.

- Dataloka. Last modified 2025. Accessed February 6, 2026. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>.
- Nurohman, Dini, Asep Dede Kurnia, and Moch Cahyo Sucipto. Analisis Perilaku Impulsive Buying Pada Generasi Z Di Kabupaten Purwakarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1 (2025): 108–129.
- Pahleviannur, Muhammad Rizal, A De Grave, D N Saputra, D Mardianto, L Hafrida, V O Bano, E E Susanto, A J Mahardhani, and M D S Alam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=thZkEAAQBAJ>.
- Qadir, Abdul. *Media Sosial (Definisi, Sejarah, Dan Jenis-Jenisnya)*. Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya, vol. 3, no. 6 (2024): 2713–2724.
- Rahmania, Khofifah, Nur Afifah, and Juniwati. *Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Motivation , Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying Pada Konsumen E-Commerce*. MBIC: Manajemen Business Innovation Conference, vol. 8 (2025): 56–71.
- Rikatsih, Nindynar, Ria Wuri Andary, Muhammad Shaleh, Lila Pangestu Hadiningrum, Irwandy, Retno Dewi Prisusanti, Mayun E. Nggaba, et al. *Metodologi Penelitian Di Berbagai Bidang*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Riyadi, Selamat. *Pengaruh Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee*. Universitas Mulawarman Samarinda, 2023.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sula, Muhammad Syakir, and Hermawan Kartajaya. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia, 2011.
- Verplanken, Bas, and Astrid Herabadi. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. *European Journal of personality*, vol. 15, no. 1_suppl (2001): S71–S83.
- Verplanken, Bas, and Ayana Sato. *The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach*. *Journal of Consumer Policy*, vol. 34,

no. 2 (2011): 197–210.

Zakaria, Ahmad Asep. *Analisis Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Ramayana Department Store Kediri*. UIN Syekh Wasil Kediri, 2019.

Zar, Sophia Akila, and Zarmaili. *Impulsive Buying Belanja Secara Online Pada Mahasiswa (Impulsive Buying Online Shopping to Students)*. *Khazanah Intelektual*, vol. 8, no. 3 (2024): 218–229.