

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Karimuddin, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Alfiansyah, Rudy, dkk. 2021. *Live Streaming di Laboratorium Keperawatan sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman Keterampilan Mahasiswa*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Ekawati, Ni Wayan. 2024. *Paradigma Perilaku Pembelian Impulsif dan Kompulsif pada Generasi Z*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Ernestivita, Gesty, dkk. 2020. *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Fauzi, dkk. 2022 *Konsep Dasar Memahami Electronic Bussines*. Jawa Barat: Penerbit Adab.
- Fuadi, dkk. 2021. *Ekonomi Syariah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasibuan, Sri Wahyuni, dkk. 2021. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Ibrahim, Azharsyah, dkk. 2021. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Imansari, Nurulita, dan Umi Kholifah, *Metodologi Penelitian untuk Pendidikan Kejuruan*, (Madiun: UNIPMA Press Universitas PGRI, 2018), hlm. 103.
- Indartini, Mintarti dan Mutmainah. 2019. *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Iswanto, Bambang. 2022. *Pengantar Ekonomi Islam*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kustiyahningsih, Yeni, dkk. 2023. *Peningkatan Penjualan melalui Aplikasi Penjualan pada UMKM Batik*. Malang: Media Nusa Creative.
- Machali, Imam. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

- Mu'arrif, Zul Ihsan. 2021. *Ekonomi Mikro Islam*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution, S. 2011. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nilawati dan Nelzi Fati. 2023. *Metodologi Penelitian*. Sumatera Barat: Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nugraha, Jefri Putri, dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Pandrianto, Nigar. 2023. *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pasaribu, Benny, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Banten: Media Edu Pustaka.
- Priyanto, Duwi. 2010. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom.
- Purwanto, Nuri, dkk. 2021. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Batu: Literasi Nusantara.
- Reza, Widya. 2021. *Buku Ajar Analisis Regresi Pendekatan Praktis dan Sistematis*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Rochman, Fachtur. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: UB Press.
- Rusby, Zulkifli. 2017. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Jawa Timur: Penerbit Kbm Indonesia.
- Saputra, Galih Ginanjar, dan Fadhilah. 2020. *Strategi Pemasaran melalui Fitur Live Streaming Instagram*. Bandung: Widina Media Utama.
- Setiawan, Budi. 2015. *Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda Dua Variabel Bebas*. Bogor: ANDI Yogyakarta.

- Sina, Ibnu. 2022. *Metodologi Penelitian*. Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan, Perhitungan Manual, & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2009. *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2022. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syahputri, Addini Zahra, dan Fay Della Fallenia. "Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif" dalam *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, Vol. 2, No. 1, 2023.
- Trihastuti, Aselina Endang. 2021. *Manajemen Pemasaran Plus++*. Sleman: Deepublish.
- Trijayanti, Ulfah, dkk. 2022. *Diseminasi Penelitian Spiritualitas dan Kesejahteraan Psikologis*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Tuti, Meylani. 2025. *Revolusi Pemasaran Digital: Beradaptasi dengan Era Baru Keterlibatan Konsumen*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Utami, Christina Whidya. 2018. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Waty, Ervina, dkk. 2023. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Widodo, Slamet, dkk. 2023. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zahriyah, Aminatus, dkk. 2021. *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jawa Timur: Mandala Press.
- Zulfikar, Rizka. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik)*. Jawa Barat: Widina Media Utama.

Jurnal

- Agatha, Chindy, dkk, “Pengaruh *Flow Experience* dan *Parasocial Interaction* pada Dorongan Pembelian Impulsif di *Live Streaming Commerce*” dalam *Jurnal Kajian Branding Indonesia*, Vol. 5, No. 1, 2023.
- Angelica, dan Retno Budi Lestari. “Pengaruh *Store Atmosphere*, Motivasi Belanja Hedonic, Faktor Situasional, dan Karakteristik Produk terhadap *Impulsive Buying* pada Jhon Kosmetik di Palembang” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 14, No. 1, 2024.
- Anggraini, Anisa, dkk, “Pengaruh *Live Streaming* dan *Event* Tanggal Kembar Terhadap *Impulsive Buying* ditinjau Ekonomi Islam” dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, Vol. 6, No. 2, 2025.
- Anggraini, Dila, dkk. “Pengaruh *Flash Sale* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” *Shopee* Terhadap *Impulsive Buying* secara *Online* dengan *Muslim Self-Control* Sebagai Variabel *Moderating* (Kajian Perspektif Ekonomi Islam)” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 9, No.1, 2023.
- Awaliyah, Almas Sabina, dkk, “Pengaruh Diskon dan Kualitas Produk terhadap *Impulse Buying* Konsumen pada *E-Commerce* Tokopedia” dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1, 2023.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, Prenadamedia Group.
- Chamsa, Febia Nisaul, “Analisis Hukum Islam terhadap *Cashback* di *Shopee*” dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 2, No. 12, 2022.
- Darwipat, Dermawansyah, dkk. “Pengaruh Program *Flash Sale* terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Konsumen *Marketplace*” dalam *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*, Vol. 1, No.2, 2020.
- Daud, Qiven, dan Virgo Simamora. “Peran *Trust* Memoderasi Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Minat Beli Terhadap Tas Bekas Bermerek di *Facebook Live Streaming*” dalam *Journal of Public Administration*, Vol. 8, No. 2, 2022.
- Devent N, M, dan Hendra Riofita. “Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Fitur *Tiktok Live Streaming* Sebagai Media Promosi Untuk Minat

- Konsumen” dalam *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 1, 2025.
- Dewi, Fitria, dkk, “Pengaruh *Live Streaming* Dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Bengkulu” dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 2, 2024.
- Dukalang, Rifal. “Pengaruh Model Promosi *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia” dalam *Journal of Management dan Business*, Vol, 5, No. 1, 2022.
- Effendi, Adang Djatnika. “Tinjauan *Marketplace* dan *Promotion* terhadap *Impulsive Buying* Konsumen *Shopee* pada Mahasiswa Angkatan 2018-2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung” dalam *Journal of Digital Society*, Vol. 1, No. 3, 2023.
- Fitryani, “Peran *Impulsive Buying* saat *Live Streaming* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *E-Commerce* *Shopee*)” dalam *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 2, 2021.
- Fitryani, dkk. ”Peran *Impulsive Buying* saat *Live Streaming* pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *E-Commerce* *Shopee*)” dalam *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 2, 2021
- Herlina, dkk. “Pengaruh Model Promosi *Flash Sale* terhadap Minat Pembeli dan Keputusan Pembeli di *Marketplace* Online” dalam *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5, No. 2, 2021.
- Indaranata, Charisma Jalil. “Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam” dalam *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol. 22, No. 1, 2022.
- Isba, Rizky Oktaviani, dan Mirzam Arqy Ahmadi. “Pengaruh *Call To Action* dan Kualitas Konten dalam *Live Streaming* terhadap Efektivitas Pembelian Konsumen” dalam *Jurnal Media Akademik* , Vol. 2, No. 12, 2024.
- Kamanda, Shandrya Victor. “Pengaruh Fitur *Live* terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Pelanggan *E-Commerce* *Shopee*” dalam *Jurnal AL-AMAL*, Vol. 2, No. 1, 2023.

- Kurniati, Putri Ayushifa, dan Izzani Ulfi. “Pengaruh *Paylater* dan *Live Streaming* Shopee Terhadap *Impulse Buying* dalam Perspektif Islam” dalam *Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 4, No. 2, 2024.
- Kurniawan, Fahreza Putra Rafliansyah, dkk. “Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Voucher Gratis Ongkir* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo” dalam *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Vol. 14, No. 4, 2024.
- Kusumasari, Indah Respati. “Pengaruh *Flash Sale*, Diskon dan Subsidi Gratis Ongkir terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *Marketplace* Shopee” dalam *Jurnal Bisnis Indonesia*, Vol. 13, No. 2, 2022.
- Lakuy, Fella, dan Yustina Sopacua, “Antara Harga, Promosi, dan Gaya Hidup: Faktor-Faktor Pembentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era *Marketplace* Digital” dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 19, No. 2, 2025.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mustika, Wisaka, dkk, “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada *Marketplace*” dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 21, No. 1, 2023.
- Nuraini, Roswanda, dkk. “Pemanfaatan Fitur *Live Streaming* untuk Meningkatkan Penjualan Produk Gio Saverino di *Shopee Live*” dalam *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, 2024.
- Primadewi, Shinta, dkk, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian *Impulse* pada *Live Streaming E-Commerce* berdasarkan S-O-R (*Stimulus Organism Response*) Framework” dalam *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, Vol. 2, No. 10, 2022.
- Puspitasari, Artika Tyas, dkk. “Peran Faktor Situasional terhadap *Impulsif Buying* di Tuku-tuku *Store*” dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 3, 2022.

- Puspitasari, Dewi, dkk, “*Impulsive Buying* Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar *K-Pop* di Yogyakarta” dalam *Journal of Psychological Students*, Vol.1 No. 2, 2022.
- Putri, Hilwa Amelia. “Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkir Terhadap *Impulse Buying* Generasi Z dalam Perspektif Islam di Sukoharjo” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, Vol. 3, No. 1, 2024.
- Ramita, dkk. “Analisis Etika Bisnis Islam tingkat Belanja *Online Flash Sale*” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10, No, 01, 2024.
- Sari, Cahyuni Sinta, dkk, “Pengaruh Promosi Penjualan dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian *Impulsif Marketplace* Shopee” dalam *Journal (MSEJ)*, Vol. 4, No.5, 2023.
- Simanjuntak, Owen de Pinto. “Pengaruh *Flash Sale Promotion* dan *Discount* terhadap *Online Impulsive Buying* (Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Sari Mutiara Indonesia)” dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2, 2022.
- Sitinjak, Veriananda, dkk. “Pengaruh *Content Marketing*, *Affiliate Marketing*, *Live Streaming* terhadap *Impulsive Buying* Pada Pengguna *Tiktok Shop* Tokopedia (Study Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)” dalam *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 14, No. 1, 2025.
- Situmorang, Irvan Rolyesh. “Perilaku *Impulsive Buying* melalui *Live Streaming* dan *Flash Sale* Pengguna *E-Commerce*” dalam *Journal of Science and Social Research*, Vol. 8, No. 2, 2025.
- Souisa, Wendi. “Pengaruh *Flash Sale* dan Citra Merek terhadap Pembelian *Impulsif* Pada *Marketplace* Lazada” dalam *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7, No. 2, 2022.
- Susmita, Ria, dan Jayanti Mandasari, “Pengaruh *Flash Sale*, *Discount*, dan *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian pada PT Shopee International Indonesia (Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa) dalam *Jurnal Multidisiplin Raflesia*, Vol. 4, No. 1, 2025.

Syahputri, Addini Zahra, dan Fay Della Fallenia. “Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif”

dalam *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, Vol. 2, No. 1, 2023.

Wangia, Laura Pandan, dan Sonja Andarini. “Pengaruh *Flash Sale* dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* pada Pengguna Shopee” dalam *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Vol. 5, No. 1, 2021.

Yustanti, Nirta Vera, dkk, “Dampak *Tagline* Gratis Ongkos Kirim dan Program *Flash Sale* pada *Marketplace* Shopee untuk mendorong *Impulsive Buying* secara *Online*” dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10, S.1, 2022.

Skripsi

Andriani, Miftahul. 2023. “Pengaruh *Flash Sale* dan *Live Streaming* terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Impulsive Buying* sebagai Variabel Intervening”. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Gunawan, Benita Salsabilla. 2024. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Moderating pada Generasi Muda Pengguna Shopee Kota Surabaya”. *Skripsi*. STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

Mulham, Muhammad Nur Akram. 2022. “Konsep Etika dalam Konsumsi Menurut Imam Al-Ghazali”. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Pare Pare.

Nurrohmah, Asriatul Laili. 2023. “Pengaruh *Flash Sale* dan *Tagline Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Romadhan, Martiananda. 2022. “Analisis Penerapan Akad *Salam* dalam Jual Beli *Online* di *Marketplace* Bukalapak Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam”. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Septari, Fhany. 2022 “Pengaruh *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian *Impulsif* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Dari Perspektif Ekonomi Islam”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar Raniry.

Setiawan, Agung. 2023. “Pengaruh *Flash Sale* dan Gratis Ongkir Tiktokshop terhadap Pembelian Impulsif pada Masyarakat Beringin Lestari Tapung Hilir menurut Ekonomi Syariah”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Syamsiyah, Awwaliya Dhiyaus. 2024. “Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale*, dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Surabaya”, *Skripsi*, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Al-Qur'an

QS Al-A'rāf (7):31

QS Al-Ahzab (33):70

QS Al-Isra (17):26

Wawancara

Wawancara awal peneliti pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.