

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- A. M. Zakiyyah, Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online 'Pulchgallery', Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.4 No.1, 2018.
- Alyasinta Viela Tusanputri, A. (2021). pengaruh iklan dan program gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce tiktok shop. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nusantoro, Semarang.*
- Aditya, Rifan dan Hernawan, 2020, viral Cewek Beli iPhone 11 di Marketplace, Paket Dibuka Isinya Cuma Case,
- Abdulhakim, A. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial Tik Tok (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- D. Amanah, dan S. P. Pelawi, Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair, Jurnal Quanomic , Vol. III, No. 02, 2015.
- ardin, w. n. (2020). pengaruh flash sale dan tagline gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian impulsif secara online. *skripsi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sumatera utara.*
- Gabby Aurelia, D. S. (2021). Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan Dan Terpaan E-Word Of Mouth #ShopeeHaul di TikTok terhadap perilaku Impulse Buying. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IMB SPSS 23 (edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, B. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur Batu). *SKRIPSI Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara.*
- Himayati. (2008). eksplorasi zahir accounting. *jakarta, PT Elex Media Komputindo.*
- sari, v. n. (2019). pengaruh gratis ongkos kirim,diskon dan iklan shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan manajemen. *skripsi.*

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, & Kualitatif, R&D*. Bandung: AFABETA.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Ling, L. P., & Yazdanifard, R. (2015). What Internal and External Factors Influence Impulsive What Internal and External Factors Influence. *Global Journals Inc*, 15(5), 9.
- Taofik, A. (2021). 6 langkag daftar tiktok shop, bisa berjualan di tiktok dan menghasilkan banyak uang. *bagikan berita*. <https;>
- Weiss, G. (2020). TikTok Added 12 million unique U.S visitors in March, as watch time surges in quarantine tubefilter. <https://www.tibefilter.com/2020/04/28/tiktok-added-12-million-unique-us-visitors-in-march>.
- WIDODO, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*.
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>.
- Yistiani, N. N. (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai Dab Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, vol.6. No 2.