

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Siti Hadidjah, Tineke Wolok, and Zulfia K Abdussamad. 2022. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 5(2): 784–93. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16550>.
- Aldhama, Pinky. 2022. "Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Radenintan.Ac.Id*: 1–63.
- Amelia, Ifिता Rizky. 2022. "Pengaruh Review Pelanggan Dan Acara Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Impulse Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* 11(6): 1–13.
- Andriyanto, Dian Sukma, Imam Suyadi, and Dahlan Fanani. 2016. "Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey Pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 31(1): 42–49.
- Apptopia.com. 2022. "Data Unduhan Terbanyak Di Android Dan IOS Tahun 2022." <https://apptopia.com/>.
- Ayu Puspa Kinanti. 2022. "TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?" *Campus Digital*. <https://campusdigital.id/artikel/tiktok-luncurkan-tiktok-shop-apa-sih-itu-?ref=farisfanani>.
- BPS. 2023. "Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jawa), 2021-2023." *jatim.bps.id*. <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html>.
- Cahyani, Dewi Rina. 2017. "Riset Google: Warga Surabaya Paling Banyak Belanja Online." *tempo.co*. <https://bisnis.tempo.co/read/900135/riset-google-warga-surabaya-paling-banyak-belanja-online>.
- David L. Loudon, Albert J. Della Bitta. 1993. *Consumer Behavior: Concept and Application*. 4th ed. https://books.google.co.id/books/about/Consumer_Behavior.html?id=b81InQAACAAJ&redir_esc=y.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP

Universitas Diponegoro.

Filieri, Raffaele. 2015. "What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM." *Journal of Business Research* 68(6): 1261–70. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Cet. VII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

———. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, and I. 2016. *No. Titl Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. cet. VII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginee. 2021. "Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggeleгар!" <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>.

Jefferly Helianthusonfri. 2015. *1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affiliate Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=VuVyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=jefferly+helianthusonfri+1+juta+rupiah+pertama+anda+dari+affiliate+marketing&ots=v6vRjk5UhV&sig=MQbNY61kbTcx2W-wLwDz5U0-MRs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Komala, Cucu. 2019. "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali." *Jurnal Perspektif* 2(2): 248.

Laura Hidayat. 2022. "Perilaku Impulse Buying Di Tiktok Shop: Efek Tren Affiliate Marketing Dan Religiositas." : 42–57.

Lawrence, W., and Neuman. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Seven Edit. United States of America: Pearson Education Limited.

Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. 2021. "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif." *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian* 5(1): 38–54.

Mo, Zan, Yan-Fei Li, and Peng Fan. 2015. "Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior." *Journal of Service Science and Management* 08(03): 419–24.

Nomi Claudia Br Sembiring. 2023. "pengaruh promosi affiliate marketing tiktok."

- Prasetyo, Adi, Arista. 2019. "Cari Duit Dari Bisnis Afiliasi Lokal." *Buku Ekonomi dan Bisnis* 29–37: 1–12.
- Putra, Eko. 2020. "Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman)." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8(3): 467–74.
- Putri, Ishmah Azizah Dwi, and Khusnul Fikriyah. 2023. "Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop." 07(01): 1–12.
- Putri, Latifa, and Harimukti Wandebori. 2016. "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention." *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1: 255–63.
- Ramadhan, Maulana. 2021. "Cara Berbelanja Di Tiktok Shop." *kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/25/191000965/cara-berbelanja-di-tiktok-shop>.
- Ramadhayanti, Ana. 2021. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate Marketing Terhadap Volume Penjualan." *Al-kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen* 8(1): 94.
- rika amelia wati. 2022. "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Viral Marketing, Dan Customer Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee." *Braz Dent J*. 33(1): 1–12.
- Rook, Dennis W., and Robert J. Fisher. 1995. "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior." *Journal of Consumer Research* 22(3): 305.
- Sari, Intan Nirmala. 2023. "Sejarah TikTok Dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia." *katadata.id*. <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>.
- Sekaran, Uma, and Rouger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.
- Selvi, Vetri, and dkk. 2018. "A Study on Customers ' Satisfac Tion on Affiliate Marketing in E-Commerce Business with Reference to Chennai City Keywords." 3(1): 83–90.
- Siregar, Ade Putra Halomoan. 2015. "Perkembangan Teknologi: Bagaimana Menyikapi Tantangan Dan Peluangnya." (1): 1–14.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.

———. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.

Ul Haq, Zia. 2012. “Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude towards Affiliate Marketing Programs among Indian Users.” *International Journal of Research Studies in Management* 1(1).

Zhang, Kem Z.K., Haiqin Xu, Sesia Zhao, and Yugang Yu. 2018. 28 Internet Research *Online Reviews and Impulse Buying Behavior: The Role of Browsing and Impulsiveness.*