

## DAFTAR PUSTAKA

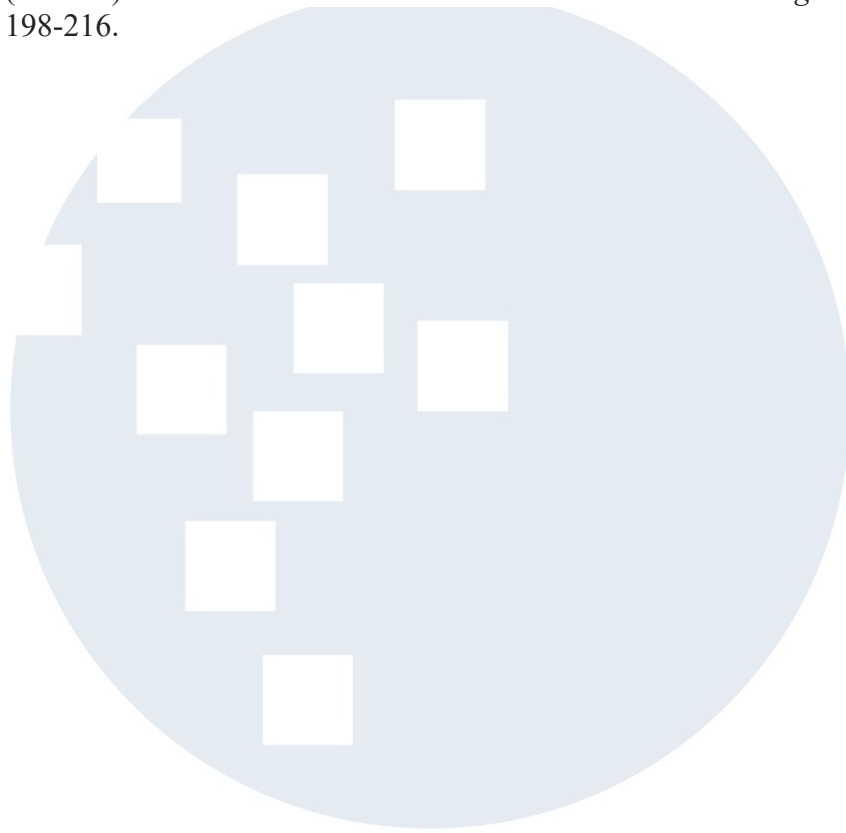
- Ais, R. (2020). *Komunikasi efektif di masa pandemi covid-19: pencegahan penyebaran covid-19 di era 4.0 (kkn-dr)*. Makmood publishing.
- Andarini, S. (2021). Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Bakti, A. M. F. (2021). *Active Reception pada Pengguna Instagram dengan Admin wardahbeauty dalam Memahami Produk Wardah melalui Qaulan Balighan, 2021* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KETERLIBATAN KONSUMEN, DAN KUALITAS PRODUK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI SHOPEE LIVE (Studi pada pengguna platform shopee live). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Centauri, B., Thomas, O., & Nataniel, Y. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Konsentrasi Belajar Siswa Kelas IX SMP Kristen Palangka Raya Tahun Pelajaran 2020/2021. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1-7.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Cresswell, D. (2018). *Research Design*. Amerika: SAGE.
- Dewi, R. P., Oktavia, K. B. R., & Murdiyani, H. (2024). Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku *Impulsive buying* Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Aplikasi Online Shopping Di Rusun Randu Surabaya. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(1), 151-157.
- Dwimala, B., & Maimunah, M. (2020). Analisis Bauran Pemasaran untuk Mempengaruhi Permintaan Pasar dalam Memilih TK. *Studia Manageria*, 2(2), 165-182.
- Faisal, M., & Juwita, R. (2024). Strategi Komunikasi dalam Pembinaan Pecandu Narkoba dengan Pendekatan Therapeutic Community di Yayasan Sekata. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 783-793.
- Fathia, N., & Wijaya, D. T. C. (2020). Model Komunikasi Persuasif Keluarga antara Orang Tua dan Anak dalam Membangun Pesan Kesadaran Kesehatan di Era New Normal di Lingkungan Padat Penduduk. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh sales promotion shopee indonesia terhadap impulse buying konsumen studi kasus: impulse buying pada mahasiswa stiks tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159-185.

- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran *impulsive buying* saat live streaming pada masa pandemi covid-19 (studi kasus e-commerce shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. *KOMUNIKASI MASSA*.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., ... & Arisah, N. (2023). Metode penelitian kualitatif. *Penerbit Tahta Media*.
- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). Impulse buying di e-commerce shopee. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 3(1).
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *Journal of Social Research*, 1(8), 851-863.
- Jumaizah, A. R. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Guru dalam Penerapan Budaya Sekolah untuk Membentuk Karakter Siswa di MAN 2 Model Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)
- Kurniawati, L. (2019). Pemanfaatan Teknologi Video Streaming di LPP TVRI Jawa Barat. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 10-18.
- Maharani, W. S. (2022). *Konsep Diri Anak Broken Home (Studi Deskriptif Mengenai Konsep Diri Anak Broken Home Dalam Perkembangan Kesehatan Mental Di Kota Cimahi)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Maharani, D. A. F. (2023). *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) DI INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Muhith, A., Baitulla, R., & Amirul, W. (2020). Metodologi Penelitian.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Paramita, I. B. G., & Arini, I. A. D. (2020). Tradisi Mesatua Sebagai Media Komunikasi Penanaman Karakter Anak. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 16-25.
- Pradiatingtyas, D. (2019). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 11(2), 1-8.
- Pranyoto, R. A. P. (2021). *Analisis Implementasi Sistem Belanja Online Berbasis Aplikasi E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP PGRI Pacitan* (Doctoral dissertation, STKIP PGRI PACITAN).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

- Putri, Y. (2021). *PENERAPAN MODEL E-SERVQUAL DALAM MANAJEMEN KUALITAS DI E-COMMERCE BLIBLI.COM* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Putri, A. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20-33.
- Putri, N. E., Ferriswara, D., & Herawati, A. (2024). Pengaruh Visual Merchandising, Store Atmosphere dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying di KKV Tunjungan Plaza Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 111-124.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46-56.
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, F., Sugiarto, M., Sattar, S., Abidin, Z., ... & Haryanto, E. (2022). Metode Penelitian Ilmu Sosial.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). PENGARUH LIVE STREAMING SELLING, REVIEW PRODUCT, DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
- Rahmi, F. N., Hafiar, H., & Bakti, I. (2019). Komunikasi Persuasif Pada Pelaksanaan Advokasi Public Relations. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(2), 116-133.
- Reni, S. D., & Sri, S. Live Streaming Technology As A Marketing Strategy during The Covid-19 Pancemic: Case Study on "Thrifed From Us" Online Shop.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161-174.
- Ruaw, M. S. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI DARI KAMPANYE JOGJA LEBIH BIKE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus pada Purpose Agency)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Rungkat, A., Pendong, M., Tumiwang, M., Mamuaya, I., & Asaloei, S. I. (2024). Pengaruh Promosi dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood dan Gofood: Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNSRAT. *Jurnal Lentera Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1), 47-54.
- Sani, A., & Hafidah, A. (2020). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Makassar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 20(3), 231-238.
- Sari, F. I., & Irmawita, I. (2022). Relationship Between Persuasive Communication with Student's Participation in Welfare Empowerment Program Sikapak Timur Village, Pariaman City. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 10(3), 505-511.

- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Sinaga, B., & Kurmia, J. S. (2023). Perancangan Sistem Penjualan Material Bangunan Pada Ud. Mulya Sentosa Bebas Web E-Commerce. *JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 10(1), 221-232.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Surianto, E. J., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Melalui Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Followers Lilybelleclothing di Aplikasi Shopee). *Prologia*, 5(2), 382-390.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Syaifulina, T., Hasan, M. R., Rizki, M., Widowati, W., & Irwansyah, I. (2023). Perkembangan Media Baca di Era Digital dalam Perspektif Komunikasi, Teknologi, dan Masyarakat. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 7(1), 65-79.
- Vinliany, P. (2023). *KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA TENTANG PERDAGANGAN ELEKTRONIK DALAM KAITANNYA DENGAN PELAKSANAAN KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA TENTANG PERDAGANGAN ELEKTRONIK DALAM KAITANNYA DENGAN PELAKSANAAN PERSETUJUAN WORLD TRADE ORGANIZATION PERSETUJUAN WORLD TRADE ORGANIZATION* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal of Systems*, 2(2), 12-17.
- Wijaya, H. (2019). *ANALISIS DATA KUALITATIF: sebuah tinjauan teori & praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wulandari, D. R., & Muslim, A. (2022). PENGALAMAN KOMUNIKASI PENGHUNI HUNTARA PETOBO PASCA BENCANA DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *KINESIK*, 9(2), 164-175.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41-56.
- Yanto, R. T. Y., & Anjarsari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Pro Mark*, 11(1), 13-13.
- Yuniasti, K. R., & Kusumastuti, F. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter@ ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS

(ARMY). *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 198-216.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA