

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. L. (2023). *Analisis Pengaruh Work from Home terhadap Job Satisfaction Karyawan: Telaah pada PT XYZ*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Impulsive buying berbelanja online pada mahasiswi ditinjau dari kecerdasan emosional. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(7), 890–896.
- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quonomic*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>
- Aswin, A., Rafiq, M., Pratama, Y. A., & Septiana, R. (2022). Perilaku Online Impulse Buying pada Marketplace Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 81–90.
- Augusta, V. (2022). *Pengaruh Nct Dream sebagai Brand Ambassador Lemonilo terhadap Impulsive Buying Behaviour Nctzen Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Belch, G., & Belch, M. (2023). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (13th Editi). McGraw Hill.
- Bryan. (2023). *Pengaruh Event Promotion BTS Gojek terhadap Impulsive Buying Behavior Army Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.
- CNN Indonesia. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Diana, D. (2019). Hubungan Body Image Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 433–440. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4802>
- Ernestivita, G., Budiyanto, & Suhermin. (n.d.). *Seni Digital Marketing untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Media Sains Indonesia.
- Fairus. (2018). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta. In *Oxford Art Online*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Fda.gov. (2023). *Is It a Cosmetic, a Drug, or Both? (Or Is It Soap?)*. U.S. Food & Drug Administration. <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/it-cosmetic-drug-or-both-or-it-soap#:~:text=The Federal Food%2C Drug%2C and,%22%20%5BFD%26C Act%2C sec.>

- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Hardisman. (2020). *TANYA JAWAB ANALISIS DATA: Prinsip Dasar dan Langkah-Langkah Aplikasi Praktis pada Penelitian Kesehatan*. Guepedia.
- Hidayat, F. (2021). *Stray Kids Siap Sebarkan Energi Cerah dan Sehat untuk Penggemar di Indonesia*. Berita Satu. <https://www.beritasatu.com/news/823697/stray-kids-siap-sebarkan-energi-cerah-dan-sehat-untuk-penggemar-di-indonesia>
- JYP Entertainment. (n.d.). *Stray Kids*. <https://straykids.jype.com/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Editi). Pearson.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2020). *Practical Research: Planning and Design, Global Edition*. Pearson Education.
- Lestari, S. C. (2024). *Representasi Komunikasi Keluarga dalam Film Backstage (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Malhotra, N. K. (2021). *Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition* (7th Edito). Pearson.
- Nacific Indonesia. (n.d.). *Instagram Nacific Indonesia*. <https://www.instagram.com/nacificofficial.id>
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Prismadini, M. A. (2021). Pengaruh Endorser Arief Muhammad Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Cakekinian. *Jurnal Marcommers*, 15(2).
- Purwanti, A. (2021). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Gramedia Widiasarana indonesia, 2021.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Sudarso, E. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Iss Indonesia Divisi Cleaning Service Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v14i1.1191>
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Uswatun Chasanah, & Muhammad Mathori. (2021). *Impulsive Buying: Kajian*

Promosi Penjualan, Gaya Hidup, Dan Norma Subyektif Pada Marketplace Di Yogyakarta. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(2), 231–255. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.012.2.03>

Venda, C. (2022). *Dibanding Review Influencer, Skincare Aman Lebih dicari Konsumen*. Hypeabis.Id. <https://hypeabis.id/read/20113/dibanding-review-influencer-skincare-aman-lebih-dicari-konsumen>

Winasih, Y. (2021). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Evaluasi Kinerja Karyawan Studi Kasus pada Bank BRI Cabang Otista*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Zap Clinic. (2020). Zap Beauty Index. In *Markplus.inc*.

