

DAFTAR PUSTAKA

- Afrella, G. R., Maduwinarti, A., & Mulyati, D. J. (2024). Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu PVN Pada Mahasiswa Di Surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ahdiat, A. (2023, May 3). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Ahmad, R., & Megayani. (2020). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Shopee 9.9 *Super Shopping Day* Metode *Epic Model* Pada Media Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Prodi Manajemen). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*.
- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). *Epic Model*: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa *New Normal*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 716–724. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2506>
- Chen, B., Wang, L., Rasool, H., & Wang, J. (2022). *Research on the Impact of Marketing Strategy on Consumers' Impulsive Purchase Behavior in Livestreaming E-commerce*. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.905531>
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh *Live Streaming* terhadap *Customer Churn* pada *Tiktok Shop*: *A Stimulus-Organism-Response Framework*. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230. <https://doi.org/10.59631/sbr.v1i2.115>
- Dinova, S., & Suharyati. (2023). Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(4). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Enjelina, R., & Masnita, Y. (2022). *Fenomena Live Streaming Shopping* guna Meningkatkan *Impulsive Buying Intention* dalam *E-commerce*: Kajian SOR. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 1(1).
- Fajar, F., & Otok, B. W. (2024). *The Effect of Attractiveness, Expertise, Visual Attractiveness and Interactivity on Online Impulsive Buying Behavior*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1337–1346. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2741>
- Fitria, S., Mahrinasari, M., & Fihartini, Y. (2024). *Impulsive Buying Behavior in E-Commerce Live Streaming Based on the Stimulus Organism Response (SOR) Framework in Women's Clothing Products (Study on Live Streaming Shopee)*. *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 07(03). <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i3-32>

- Halawa, N. H., Telaumbanua, A., Zebua, S., & BIJ, J. (2023). Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur dalam Pelaksanaan Kerja di UPT Pelayanan Sosial Anak Gunungsitoli. *Journal Of Social Science Research*.
- Hao, Z. (2024). *The Influence of Anchor Attribute on Consumers' Impulse Buying Behavior in E-commerce Live Streaming*. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 12880–12895. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00920>
- Hochreiter, V., Benedetto, C., & Loesch, M. (2023). *The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Paradigm as a Guiding Principle in Environmental Psychology: Comparison of its Usage in Consumer Behavior and Organizational Culture and Leadership Theory* 1. *Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 3(1), 7–16. <https://doi.org/10.18775/jebd.2806-8661.2021.31.5001>
- Irene, C. G., & Winata, T. (2023). Senen Shoppertainment: Pengembalian Identitas dan Popularitas Senen Sebagai Pusat Perdagangan Jakarta. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 781–792. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i2.21713>
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *JMPP*, 4(2).
- Islamiati, D. R., Trihidayani, F., Azhari, M., Badri, M., Fitriah, N., Aliffiani, Q., Firliandoko, R., Hikmah, S. N., & Maulidina, S. S. (2023). Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Karimah Tauhid*, 2(4).
- Janah, R. N., Istiqomah, Y., & Setiawati, L. (2024). Analisis *Framework Stimulus Organism Response (SOR)* pada *Live Streaming Marketplace* terhadap Keputusan Pembelian di *LAF Project*. *Journal Of Social Science Research*.
- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI)*.
- Joo, E., & Yang, J. (2023). *How perceived interactivity affects consumers' shopping intentions in live stream commerce: roles of immersion, user gratification and product involvement*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(5), 754–772. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2022-0037>
- Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. R. (2022). *Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review*. In *International Journal of Educational Methodology* (Vol. 8, Issue 4, pp. 625–637). *Eurasian Society of Educational Research*. <https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Lee, C. H., & Chen, C. W. (2021). *Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework*. *Information (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/info12060241>

- Leong, T. K., Pei Meng, T., & Yong Jing Alex, T. (2022). *Impulse Buying in Live Stream Based on the Stimulus-Organism-Response Framework*. *Jurnal Pengurusan*, 66. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2022-66-06>
- Li, M., Wang, Q., & Cao, Y. (2022). *Citation: Understanding Consumer Online Impulse Buying in Live Streaming E-Commerce: A Stimulus-Organism-Response Framework*. *Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/10.3390/ijerph19074378>
- Maharani, S., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Immersion* Saat *Live Streaming* Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada *Social Commerce* Tik Tok Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2942. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9854>
- Min, Y., & Tan, C. C. (2022). *A Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Framework for Live Streaming Commerce with a Socio-Technical Perspective*. *Journal of Arts and Social Science*, Volume 5 Issue 4. www.ijassjournal.com
- Muslih, H. Y., Loita, A., & Nurjanah, D. S. (2022). Instrumen Penelitian Tindakan Kelas untuk Peningkatan Motorik Halus Anak. *UPI Kampus Tasikmalaya*, 6(1), 99–106.
- Nandini, Nurhanifah, Nabila, V., Putri, M. A., Hasibuan, M. R. A., & Sayrevi, M. Z. (2024). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Jual-Beli dan Sarana Promosi: Studi Kasus Ruko Pakaian. *JCRD: Journal of Citizen Research and Development*, 1(2).
- Nuraini, N., & Sudrajat, A. (2024). Analisis Efektivitas *Social Media Marketing* dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal PVN (Studi Kasus Pada Pengguna PVN Di Karawang). *JURNAL MANEKSI*, 13(4).
- Nursaima, A. R., Masnita, Y., & Sari, D. M. (2024). Efektivitas *Live Streaming* dalam *E-commerce* guna Meningkatkan Pembelian Konsumen secara Impulsif: Studi TRA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10, 315–328.
- Pinasty, W. A., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2022. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(1), 9–19. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i1.7299>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. www.miegacoan.com
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Farhat, & Albani, F. R. (2024). BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia. *BIIKMA*, 2(1). <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>

- Primadewi, S., Fitriasari, W., Adhysti, K., Sosial, J., & Teknologi, D. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian *Impulse* pada *Live Streaming E-Commerce* Berdasarkan S-O-R (*Stimulus Organism Response*) Framework. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 2(10).
- Putra, A., Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tik Tok Shop di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Bisnis Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 13.
- Rahma, N. A., Dirgantara, I. M. B., & Almadana, A. V. (2022). Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan dan *Live Commerce* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Rezka, D. P. (2024). Analisis Penggunaan *E-Commerce* Bagi UMKM di Era Digital. *Seminar Nasional Prosiding Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 1(1), 151–163.
- Rinaldo, E., & Irwansyah. (2022). Fenomena Tren *Live Streaming* Pada Media Sosial dalam Perspektif *Social Construction of Technology*. *Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 2(5).
- Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). Analisis Deskriptif *Quarter-Life Crisis* pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas Katolik Musi CharitaS. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 12–19.
- Rossa, N. Della, & Anjani, N. K. (2023). Sosialisasi Mengenai Pemasaran Kue Bolu Desa Penglumbaran Melalui *E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 39–42.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. Moh., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*.
- Saputra, G. Y., & Agus, R. M. (2021). Minat Siswa Kelas VII Dan VIII dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan SMP Negeri 15 Mesuji. *Journal of Physical Education (JouPE)*, 2(1), 17–25. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/pendidikanolahraga/index>
- Sherlyana, & Wuryan, S. (2025). Pengaruh *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, *Social Value*, dan *Perceived Risk* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Pembelian Produk Kosmetik Melalui *E-Commerce*. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 671–680.
- Shu, H., Wang, X., & Sun, H. (2024). *Live Streaming E-Commerce: Understanding What Causes the Impulse of Consumers, What Affects People's Psyche, And How Live Streaming E-Commerce Promotes Economic Development at The Same Time*. *Journal of Student Research*. www.JSR.org/hs

- Suhono, Rizal, A., Batu, R. L., & Paratika, T. L. (2022). Sosialisasi Perpajakan dan Pendampingan UMKM sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Membayar Pajak bagi UMKM Jawa Barat Pengguna *E-Commerce*. *Universitas Singaperbangsa Karawang*.
- Sulistyawati, W., Wahyudi, & Trinuryono, S. (2022). Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa dengan *Model Blended Learning* di Masa Pandemi Covid19. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Universitas Jambi*.
- Suryani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*.
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Susanto, L., Yanti, Viriany, & Wirianata, H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad. *Jurnal Bina Akuntansi*, 7(2), 124–141. www.iaiglobal.or.id
- Ta'ani, M. Q. A., Anindra, T. A. G., Putri Maharani, N., Azzahrah, O., Ghoni, A., Paramita, A., Kenia Cahya Dewanto, A., Maria Gustaf, R., Fajar Siham, A., & Syahrul Alwi, M. (2023). Pengaruh Tingkat Kepadatan Penduduk Terhadap Densitas Bangunan Menggunakan Transformasi Digital Urban Index di Wilayah Urban DKI Jakarta. <https://earthexplorer.usgs.gov/>
- Tarki, A. (2020). *Evidence-Based Recruiting: How to Build a Company of Star Performers Through Systematic and Repeatable Hiring Practices: How to Build a Company of Star Performers Through Systematic and Repeatable Hiring Practices*. McGraw Hill Professional.
- Umam, C., & Pramesti, E. A. S. (2024). Terpaan Media Live Shopping Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Di Jabodetabek. *Bcomm*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.53856/bcomm.v6i1.348>
- Utami, Y., Muslim Rasmanna, P., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas *Instrument* Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
- Widiastuti, L. P., Ningrum, N. K., & Maharani, B. D. (2024). *The Influence of Live Streaming Commerce on Purchase Intention Based on The Stimulus-Organism-Response (SOR) Framework of Aerostreet Live Stream Consumers in Shopee E-Commerce*. *International Journal of Economics Development Research*, 5(4), 2024–3289.
- Yuen, K. F., Leong, J. Z. E., Wong, Y. D., & Wang, X. (2021). *Panic buying during COVID-19: Survival psychology and needs perspectives in deprived environments*. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102421>