

## DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Mahyani. (2013). *Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4, 13–19.
- Harianto, A. L. (2022). Aplikasi Budaya Guanxi Dalam *Repurchase Intention* Konsumen *Live Shopping* Tiktok Eonniedaily.Wear Melalui Pengaruh *Perceived Similarity* Dan *Perceived Expertise*. *Petra International Journal of Business Studies (IJBS)*.
- 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), 1–18. <https://doi.org/10.3390/info12060241>
- Ajzen, I. (2011). *The Theory of Planned Behaviour: Reactions and reflections*. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). *The Role of Live Streaming in Building Consumer Trust and Engagement With Social Commerce Sellers*. *Journal of Business Research*, 117(August), 543–556. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.032>
- Widawati, L. (2011). Analisis Perilaku “*Impulse Buying*” dan “*Locus of Control*” pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Mimbar*, XXVII(2), 125–132.
- Mulyanti, N. R., & Widyowati, D. S. (2023). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Shopeepay Later*. *Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum (JISYAKU)*, 2(2), 137–147. <https://doi.org/10.23971/jisyaku.v2i2.6870>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *E-Commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sulistiyowati, Sukmana, R., Ratnasari, R. T., Ascarya, & Widiastuti, T. (2022). *Issues and Challenges of Waqf in Providing Healthcare Resources*. *Islamic Economic Studies*, 30(1), 2–22. <https://doi.org/10.1108/ies-09-2021-0034>
- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh Sistem *Paylater* Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1538–1548.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.

- Maksimilianus Gai, A., Zakaria, M., Harsono, I., Widia Nurdiani, T., & Razak Munir, A. (2024). *Analysis of The Influence of Digital Payment Process, Quality of Application, and Online Service on Repurchase Intention of Online Shopping Platform Customers*. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6, 200–205. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.499>
- Dinova, S., & Suharyati. (2023). Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Flash Sale* terhadap Pembelian Implusif Pengguna Shopee di Kecamatan Jatinegara. *Journal Of Young Entrepreneurs*, 2(4), 88–102.
- Wei, J., Lian, Y., Li, L., Lu, Z., Lu, Q., Chen, W., & Dong, H. (2023). *The Impact Of Negative Emotions And Relationship Quality On Consumers' Repurchase Intention: An Empirical Study Based On Service Recovery In China's Online Travel Agencies*. *Heliyon*, 9(1), e12919. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e12919>
- Basuki. (2021). 3.2 *Definisi Variabel dan Operasional Variabel* 3.2.1 *Definisi Variabel*. 19, 36–46.
- Saputra, S., & Zai, K. Y. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Kembali, pada pengguna *E-commerce* di Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 129–140. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2144>
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang Secara *Online* melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs *Online* Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>
- Kholifatul Khasanah, & Muhammad Aswad. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna Fitur Shopee *Paylater E-Commerce* Shopee. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 23–36.
- Ratri, S. F. C., & Hidayat, A. (2021). Antecedent Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang. *Telaah Bisnis*, 21(1), 31. <https://doi.org/10.35917/tb.v21i1.187>
- Zuliyansah, Z., Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115>
- Eka Wulandari, W., Yudharta Pasuruan, U., Yudharta Pasuruan Jl Yudharta No, U., Purwosari, K., Pasuruan, K., & Timur, J. (2023). Pengaruh *Paylater* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* dan Minat Beli Ulang

- Windi Eka Wulandari Kholid Murtadlo. *Manuhara*, 1(4), 144–155. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.197>
- Prihadi, D., Harira Irawan, B., & Subroto, S. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, Sistem *Paylater*, Diskon Harbolnas terhadap Motivasi Hedonis dan Dampaknya pada *Impulse Buying*. *Jurnal Pro Bisnis*, 15(2), 122–136.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Permadi, C., & Gifari, A. (2022). Penggunaan Fitur Media Sosial *Live Dan Ads* Dalam Promosi Produk Bisnis. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 56–64. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.594>
- Rahayu, N. P., & Dwatra, F. D. (2024). Pengaruh *Trust* terhadap *Impulsive Buying* pada Kosumen Dewasa Awal Pengguna *Live Streaming Shopping* di Kota Padang. *Arzusin*, 4(2), 367–375. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i2.2731>
- Rashid, F. (2022). Buku Metode Penelitian Fathor Rasyid.
- Sugiyono, D. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Ipsos. (2021). Belanja *Online* dan Produk Lokal Dominasi Pilihan Konsumen Indonesia. *Ipsos Press Realese*, 1. <https://www.ipsos.com/en-id/indonesia-outlook-2021>
- Murniati, M. P., Purnamasari, V., R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2019). Alat-Alat Pengujian Hipotesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Issue 2).
- Hardani, Auliya Hikmatul Nur, Andriani Helmina, Fardani Asri Roushandy , Ustiawati Jumari, Utami Fatmi Evi, Sukmana Juliana Dhika, Istiqomah Rahmatul Ria. (2023). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Reza, M., Rusli, A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Live Streaming Marketing* Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). *000*, 268–279.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh *Live Streaming Shopping* Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen *Online* dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>