

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A., et al. (2023). Pengaruh Diskon terhadap Pembelian Produk: Studi Kasus pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 45-59.
- Agianto, P. &. (2024). Pengaruh konten marketing pada sosial media Instagram terhadap keputusan pembelian pada produk Point Coffee. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 13(1), 77-89.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen (Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau). Universitas Riau.
- Arraafi'a, S. &. (2024). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk fashion pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 12(1), 90-104.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Penggunaan Internet di Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Anglista. *Journal Proceeding Of Management*, 8(5), 6488–6498.
- Damayanti, Y. (2024). Dampak Pemberian Diskon terhadap Minat Beli Konsumen: Kajian pada E-Commerce. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(2), 102-115.
- Devi, L. (2023). Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Penelitian Pemasaran*, 9(4), 88-95.

- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *UG JURNAL*, 16(4).
- Fransiska, V., & Paramita, S. (n.d.). Live shopping dalam industri komunikasi digital melalui Instagram. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Retrieved from [email: viniafransiska@gmail.com, sintap@fikom.untar.ac.id]
- Irawan, R., et al. (2024). Diskon dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen dalam E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 14(1), 23-37.
- Irene, S. (2019). Pemasaran produk digital melalui media sosial. Bandung: Alfabeta.
- Irianto, A. (2021). Strategi pemasaran digital untuk bisnis modern. Yogyakarta: Andi.
- Khoirunnisa, R. A. (2024). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian pada Baso Aci Sehot (Studi pada akun TikTok @Bocisehotofficial). *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 98-112.
- Komaling, M., Tanti, D., & Septiani, R. (2023). Pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian dalam e-commerce. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 14(2), 111-124.
- Kotler, P. K., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2021). *Marketing Management*. Pearson.
- Kusnendi, S., & Setiawan, F. (2020). Pengaruh promosi e-commerce terhadap

impulsive buying behavior di Indonesia. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 15(1), 73-88.

Rian Romadhon (2021). Perkembangan industri e-commerce di Indonesia pasca pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(3), 145-157.

Rizkia Aulia Khoirunnisa. (2024). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian produk Azloe (Survei pada followers TikTok @Azloeofficial). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(2), 110-123.

Rowley, J. (dalam Saputra, D., & Fadhilah, F. (2021)). The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, 34(3), 309-321.

Shafa Syahida Ismanidina (2024). Pengaruh content marketing terhadap proses keputusan pembelian produk Azloe (Survei pada followers TikTok @Azloeofficial). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(2), 110 - 123.

Zahra, S. &. (n.d.). Digital marketing in emerging markets: Trends and challenges. *Marketing Science Review*, 15(1), 45-59.

Zulkarnain, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 7(3), 178-189.