

## DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso, G. P., Judijanto, L., Erwin, E., Arifin, Y., Simanjuntak, E. R., Wibowo, E., Fauziyah, N. N., & Kusumastuti, S. Y. (2024). *Bisnis Dan Ekonomi Digital: Sebuah Transformasi Ekonomi yang Dipengaruhi Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Agustina, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Aplikasi Pos Giro Mobile (Studi Kasus Pengguna Pos Giro Mobile Di Kabupaten Pandeglang Banten). *Pro Mark*, 12(1).
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Astuti, S., Wonua, A. R., & Titing, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(4), 147–161. <https://journalstiayappimakassar.ac.id/index.php/Jimas/article/view/664/690>
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Banusetyo, T. G., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence of Website Quality, Information Quality, and Buyer Trust on Purchase Decisions in an Online Shop (Shopee) in Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8980–8987.
- Cynthia Kumala, D., Wilson Pranata, J., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., & Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra, F. (2020). Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Erwin, E., Judijanto, L., M. Kom, S. M., & Rukmana, A. Y. (2025). *Live Streaming Marketing Trend* (Issue July).

- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Patrial Least Squares SmartPLS 4.0*.
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, *19*(2), 213–236.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Handayani, R., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). The Influence of Social Media TikTok and E-wom Interested to Buy Soemethinc Brand and Impact on The Purchase Decision (Survey of TikTok Users in The Management Study Program of University Perjuangan Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, *2*(3), 473–482.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. jJaliana, & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Indriyani, T., & Herlina, R. (2021). Makna interaksi host dengan penonton saat live streaming di aplikasi uplive. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *8*(2), 1–6.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2019). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *@ Is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, *4*(2), 106–120.
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, *1*(6), 51–62.
- Karomi, S. (2024). *Pengaruh Theory Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Keputusan Pembelian Spontan (Studi Kasus Pengguna Shopee Paylater Di Kabupaten Sumenep)*. Universitas Wiraraja.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, *6*(1), 19–29.
- Lukas Arturito, Siti Nurlaelatul Jannah, H. Misbak, & Tiara Muthiarsih. (2025). Online Purchases on Social Commerce TikTok: Within Content Marketing and Live Streaming Triggers. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, *4*(6), 2655–2664. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v4i6.1695>
- Lukmana, D. I., Aziz, M. A., & Rohmadi, Y. E. (2024). Analisis Faktor Penentu

Kesuksesan Penjualan Dengan Aplikasi Tiktok sebagai Media Live Streaming Penjualan. *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 2, 1364–1375.

- Martien, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2025). The Influence of Live Streaming and Discounts on Purchase Decisions on TikTok Shop in Karawang Regency. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 10(1), 085–102. <https://doi.org/10.30996/jem17.v10i1.131878>
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., Setiawan, B. D., & Purnomo, W. (2024). Identifying the influence of consumer purchase intention through live streaming shopping: A systematic literature review. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 9(1), 22–33.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh online customer rating, sistem pembayaran cash on delivery dan online customer review terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop (studi pada mahasiswa dan alumni Equil Choir FEB Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975–984.
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 155–178.
- Netrawati, I. G. A. O., Nuada, I. wayan, & Syakbani, B. (2022). The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *Sentralisasi*, 11(2), 159–168. <https://doi.org/10.33506/sl.v11i2.1623>
- Nurmalasari, N., & Latifah, L. (2023). Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tiktok Shop. *Jurnal Perspektif*, 21(1), 45–52. <https://doi.org/10.31294/jp.v21i1.15285>
- Pramuswari, I., Kristiawati, I., Prastyorini, J., Prodi Administrasi Bisnis, M., Dan Manajemen Barunawati Surabaya, S., Prodi Administrasi Bisnis, D., & Dan Manajemen Barunawati Surabaya Jl Perak, S. (2024). Belanja Produk Fashion Tiktokshop. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–10.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis technology acceptance model (tam) pada penggunaan aplikasi pln daily (studi empiris pada pegawai pln up3 tegal). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368.
- Putriani, A., Saptono, H., & Njatrijani, R. (2023). Analisis Hambatan dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli Tas Branded Via Tiktok Shop. *Law, Development and Justice Review*, 6(1), 1–15.
- Qing, C., & Jin, S. (2022). What drives consumer purchasing intention in live streaming e-commerce? *Frontiers in Psychology*, 13, 938726.

- Quraisy, A. (2020). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilk (Studi kasus penghasilan orang tua mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika Unismuh Makassar). *J-HEST: Journal of Health, Education, Economics, Science, and Technology*, 3(1), 7–11. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi kasus di rown division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Ramadhan, I., Fazri, A., & Roza, S. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi Ilham Ramadhan Andang Fazri Suswita Roza Menurut data yang didapatkan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Sumber : Databoks. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 215–235.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Salsabila, N. Z., & Rusdianto, R. Y. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen , Kualitas Informasi Kemudahan Penggunaan , dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Online : Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Wilayah Sidoarjo. 5(8), 3399–3409. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i8.2281>
- Sarah, E. A., Hilal, N., & Risal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee Di Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3272–3278.
- Sari, N., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Olx. *EProceedings of Management*, 7(3).
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The Effect of Live-Streaming Shopping on The Consumer's Perceived Risk and Purchase Intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World,"* 1–18. <https://hdl.handle.net/10419/238054>

- Sopiyan, A., & Kusmayadi, O. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commeeefe Shopee di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 1–11.
- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79–92.
- Sugiono, P. D. (2019). Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif. In *Google Books* (p. 110). Widya Gama Press.
- Sugiyono, P. D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh live streaming dan trust terhadap impulsive buying dalam pembelian produk skincare skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1427–1438.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran*. UIR Press.
- Supono, L. A., Jannah, S. N., Misbak, M., & Muthiarshi, T. (2025). Online Purchases on Social Commerce TikTok: Within Content Marketing and Live Streaming Triggers. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 4(6), 2655–2664.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 120–140.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547.
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(4), 632–639.
- Walean, R. H., & Supit, N. C. C. (2023a). Analisis penerapan sistem informasi ppdb online dengan menggunakan model kesuksesan delone dan mclean. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 9–24.
- Walean, R. H., & Supit, N. C. C. (2023b). Analisis Penerapan Sistem Informasi Ppdb Online Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Delone Dan Mclean. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 9. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.4248>
- Wardhana, A. (2024a). Perilaku konsumen di era digital. *Purbalingga: Eureka Media Aksara*.

- Wardhana, A. (2024b). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Widjaja, Y. R., & Wildan, W. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi penjualan online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212–223.
- Yusuf, A. (2021). The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal*, 2 (1), 472–481, 2(1), 472–481.
- Zhang, L., Chen, M., & Zamil, A. M. A. (2023). Live stream marketing and consumers' purchase intention: An IT affordance perspective using the SOR paradigm. *Frontiers in Psychology*, 14, 1069050.
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram: Perspektif Promosi, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 169–178.