

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, E. O., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Live Streaming Aplikasi TIKTOK Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Universitas Simalungun*. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 90-104.
- Febriah, I., & Febriyanto, M. T. (2023). *Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>.
- Firman, A. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah*. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>.
- GoodStats. (2024, April 18). *Indonesia menjadi negara dengan GMV Tiktok Shop terbesar kedua di dunia*. Diakses dari <https://goodstats.id/article/indonesia-menjadi-negara-dengan-gmv-tiktok-shop-terbesar-kedua-di-dunia-ul0hi>.
- Hafizhoh, F. R., Gunaningrat, R., & Akhmad, K. A. (2023). *Potongan harga, live streaming, dan online customer review terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Tiktok Shop*. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Heriyati, P. (2022). *Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting dan Positioning*. Scopindo Media Pustaka.
- Ibrahim, M., Sudirman, H. A., & Anindita, M. (2024). *Pengaruh Live Streaming Tiktok Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Samarinda*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9622-9634.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Latief, F., & Asniwati. (2023). *Manajemen pemasaran melalui pendekatan strategi dan implementasi*. Makassar: CV Social Politic Genius (SIGn).
- Latifah, L., & Nurmalasari, N. (2023). *Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Aplikasi Tiktok*

- Shop. Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(2), 120–127. <https://doi.org/10.54526/jes.v8i2.187>.
- Nighel, S., & Sharif, O. O. (2022). *Pengaruh flash sale terhadap pembelian impulsif e-commerce Shopee di Jawa Barat*. *E-Proceeding of Management*, 9(3), 1335–1344.
- Noviarafita, G. M., & Nirawati, L. (2025). *The Influence of Live Streaming, Content Marketing, and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions (Study on TikTok Shop Ceilo Official)*. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.6890>
- Pranadewi, A., Hildayanti, S. K., & Emilda, E. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Harga dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(1), 20–31. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i1.1690>.
- Ramadhan, R., & Samsudin. (2024). *Pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Dee Coffee House Waru Sidoarjo*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 1039–1047. <https://journal.yrpiuku.com/index.php/msej/article/view/5043>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Widina.
- Sapa, F. Y., Tumbel, A. L., & Lumanauw, B. (2023). *Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 787–798. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51910>.
- Sin, V. M., & Susanto, A. (2025). *The Effect of Using Tiktok Shop Live Streaming, Price Discounts and Free Shipping on Skintific Skincare Purchase Decisions*. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku3265>.
- Siswanto, E. J., & Aryanto, V. D. W. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 1–11.
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2023). *Pengaruh live streaming, online customer review, cashback promotion, dan discount flash sale terhadap minat beli produk Shopee (studi kasus pada pengguna Shopee di Kota Malang)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 510–518.

- Stefani, V., Listiana, E., Afifah, N., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2023). *The influence of online customer review, live Tiktok, on purchase decision of Somethinc products with customer trust as a mediation variable on Tiktok social media*. *Jurnal Ekonomi*, 12(4), 1858–1869.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahidah, N. U. N., Paramita, B., & Ilham, E. (2025). *Pengaruh cashback, flash sale, dan gratis ongkos kirim terhadap minat beli pada event twin date Shopee di kalangan mahasiswa FEBM UMRAH*. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 9(1), 112–120.
- Syamsiyah, A. D., & Nirawati, L. (2024). *Pengaruh live streaming, flash sale, dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna e-commerce Shopee di Surabaya*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5024–xxxx. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2119>.
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). *Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna Shopee*. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 79–91. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia Report*. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024>.
- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali*. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.103>.
- Yuni, L. R., Broto, B. E., & Simanjorang, E. F. S. (2023). *Pengaruh discount, kualitas produk, gratis ongkir dan live streaming terhadap keputusan pembelian pengguna Tiktok Shop*. *Jurnal Management*, 8(3), 387–400. <https://journal.stiemkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6158/4121>.
- Yunita, I., & Subiyantoro, H. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Potongan Harga, Ulasan Produk dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa UBHI)*. *Economina: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(8), 858–873. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i8.1457>