

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K., & Sari, M. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://penerbitzaini.com/>
- Adhari, A., Ray, M. D., & Mahvi, M. R. (2025). Aspek Pemasaran. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1b), 2427-2437. <https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Aini, Saqofa, N. (2024). Peran Minat Beli Dalam Memediasi Hubungan Flash Sale Dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee. *Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 6(2), 55–72. https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3913&keywords=.
- Asep Muhamad Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, Euis Saribanon. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina
- Aswar, N. F. (2025). Perilaku konsumen. *Penerbit Tahta Media*. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1411>
- Ardiyansyah, M. R., Kusumawati, D. A., & Hastuti, E. S. (2025). *Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Intervening di Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa di Kota Semarang*. 8(1). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2417>
- Al-Fairuz, N. H. (2025). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 4(2), 82–97. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4340>
- Aliyah, H. H., Kartini, T., & Sudarma, A. (2025). *Pengaruh Efektivitas Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada E- Commerce Tiktok X Tokopedia*. 3, 464–480.
- Anggraini, M., & Simanjorang, F. (2023). Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop: Indonesia. *Content: Journal of Communication Studies*, 1(02), 10-20. <https://doi.org/10.32734/cjcs.v1i02.13227>
- Christy, S. A., & Hernawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Peran Influencer, dan Fitur Live Streaming Sebagai Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion melalui Aplikasi Tiktok. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Damanik, Y. R., Kristianto, K., & Silalahi, J. A. S. (2025). Pengaruh Live

- Streaming Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 7(1), 183–191. <https://doi.org/10.36985/5165w331>
- Darmawan, D., & Nurhaeda, N. (2025). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Abon Ikan Tuna di Kota Parepare (Studi Kasus Rumah Produksi Abon Ikan Tuna Bunda). *Jurnal Agribis*, 13(1), 12-20. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/agribis/article/view/2630>
- Databooks, (2025). <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/6895bbddc4d27/pakaian-dan-aksesoris-jenis-produk-terbanyak-dibeli-online-warga-ri>
- DataIndonesia.Id, (2025). *Deretan Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia pada Juli 2025, Indonesia Nomor Satu*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/deretan-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-pada-juli-2025-indonesia-nomor-satu>
- DataIndonesia.Id, (2025). *Hasil Survei Medsos yang Paling Banyak Diakses oleh Warga Indonesia pada 2025*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/hasil-survei-medsos-yang-paling-banyak-diakses-oleh-warga-indonesia-pada-2025>
- DataIndonesia.Id, (2025). *Hasil Survei Toko Online yang Paling Banyak Dikunjungi Warga RI pada 2025*. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/hasil-survei-toko-online-yang-paling-banyak-dikunjungi-warga-ri-pada-2025>
- Fatio D Situmorang, Reyka Triana Yohana Sidabutar, & Tasya Novi Ardana. (2025). Analisa Pengaruh Aplikasi Tiktok (Tiktok Shop) Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Online Melalui Promosi Influencer. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 67–75. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1659>
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. 4(5), 6320–6334. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.3112>
- Fitriawati, V., Muanas, A. (2025). Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow di Tiktokshop. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 808–823.
- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran impulsive buying saat live streaming pada masa pandemi covid-19 (studi kasus e-commerce shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i2.11363>
- Hendro Sukoco, S. M., Dwiwijaya, I. K. A., ST, M., Ikrar Muadsim, S. E., Roring, F., MM, S., ... & Hikma Niar, S. E. (2025). *Bisnis Dan Ekonomi Digital*. Azzia Karya Bersama.
- Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan E-Commerce di Indonesia: Regulasi dan

- Tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI) Published by Yayasan Daarul Huda Krueng Mane*, 3(4), 98–101.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123. <https://jurnalfebi.uinkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/225>
- Kurniawan, R. A., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming dan Flash Sale terhadap Impulse Buying pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop di Surabaya: Studi pada Pengguna Tahun 2022-2023. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 2367 –. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i4.1319>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. 1(1).
- Muharri, M. N., & Rahmat, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Health Wealth International (Studi Kasus Masyarakat Desa Marindal I Kec. Patumbak Kab. Deli Serdang). 6, 25–36. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i1.2117>
- Mutia, C., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Local Brand, dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian di The Executive Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 13(01), 605-617. <https://doi.org/10.35794/emba.v13i01.59558>
- Mutmainah. (2025). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Platform Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(3), 696–706. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.5155>
- Noviarafita, Gita, Mardhatilla. Nirawati, L. (2025). The Influence Of Live Streaming, Content Marketing, and Online Customer Reviews On Purchase Decisions (A Study On Tiktok Shop Ceilo Official). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 9895–9907.
- Nuraini. (2025). Pengaruh Scarcity Persuasion, Price Discount, Dan Perceived Value Terhadap Impulsive Buying Dalam Platform E-Commerce: Shopee Live Streaming. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 5(1), 897–912. <https://doi.org/10.53625/jirk.v5i1.10406>
- Nurhaswinda, Guntara, R. Y., & Putri, V. D. R. (2025). Pendidikan Karakter Pada Anak Sekolah Dasar Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 2572–2581. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1941>
- Prakoso, E. A., & Ahyani, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor Gunung

- Sindur. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 7853-7868.
<https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3257/3359>
- Purbasari, D. M., & Respati, M. R. (2024). Electronic Word Of Mouth Saat Penjualan Live Streaming Shopee Dalam Meningkatkan Impulse Buying. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(1), 22-34. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2105>
- Putri, F., Siregar, E., Dewi, R., & Harahap, I. M. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab di Shopee Politeknik Negeri Medan , Indonesia Whitelab menciptakan produk baru yaitu masker Bamboo Charcoal Brightening Gel Mask Menurut laporan Status Liter. 3(1).
- Rahmawati, A. F., Saputra, M. H., & Rahmawati, F. (2025). Pengaruh Live Streaming, Price Discount, Easy Of Payment, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Purworejo). *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(4), 143-156. <https://doi.org/10.37729/volatilitas.v7i4.6795>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Riswanto, A. Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Riyanto, A. D. (2025). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Rohali, C. U., & Nurlinda, R. (2022). Apakah content marketing dan customer experience berpengaruh terhadap keputusan pembelian Coca-Cola melalui kepercayaan konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 10(1), 76–91
- Rohmah, A. N. (2025). Pengaruh Live Streaming Tiktok, Potongan Harga, Dan Celebrity Endorsemen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Pada Produk Skintific di Lamongan). *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2, 410–429.
- Sahila, W, F. Farida, S, N. (2025). The Influence Of Live Streaming, Price Discount, And Online Customer Review On Purchase Intention Of Somethinc Products(A Study On Students Of Upn “Veteran” East Java As Consumers Of Somethinc Products Shopping On Shopee). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 11773–11786.
- Subandiyah, A., & Wulandari, H. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopeepaylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopeedi Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan*

Akuntansi, 9(2), 80–93.

- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1427–1438.
- Sutanto, I. L., Nirawati, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Minat Beli Produk Roughneck Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8.
- Syarwani, C. M., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Local Brand, dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian di The Executive Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 605–617.
- Triludfianingsih, Soeprajitno, E. D., & Paramitha, D. A. (2025). *Pengaruh Live Streaming , Online Customer Review , Dan Discount*. 76, 1121–1131.
- We are Social. (2025). Digital 2025 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh ulasan produk, harga dan pembayaran non tunai (Shopee paylater) terhadap keputusan pembelian pada market place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80-93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Yusriyyah, R., & Dedi Gumilar. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift di Pasar Cimol Gedebage Kota Bandung. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 2416–2428. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3539>
- Zahro, F., Hariasih, M., & Indayani, L. (2025). Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengguna Produk Fashion E-Commerce Shopee. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(3), 857 –. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i3.5839>