

DAFTAR PUSTAKA

- Alfayed, E., Ramadeli, L., Agnestasia, R., Amalina, V., Swid, Z. H. O., & Riofita, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaean Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop. *Jurna; Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 195–2021.
- Amelia Riskita. (2022). *7 Tujuan Review Produk untuk Toko Online-mu, Bantu Yakinkan Pelanggan*. <https://beritausaha.com/bisnis-ecommerce/tujuan-review-produk/>
- Andriani, A., & Haryanto, J. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Kota Depok. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2775–2615), 10. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Anggraini, T., Lazuardi, S., & Wulandari, T. (2024). Pengaruh Produk Knowledge Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Palembang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 465–474. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5225>
- Ardianti & Widiartanto. (2019). *Definisi Ulasan Produk dalam Penjualan Daring*.
- Bayu Kurniawan. (2024). *COD (Cash On Delivery) : Pengertian, Manfaat, Kelebihan & Kekurangan*. <https://ahlinesia.com/cod-adalah/>
- BPS Kecamatan Pare. (2024). *Kecamatan Pare Dalam Angka 2024. XVI*.
- Chandra, W., & Cokki, C. (2024). Peran Kualitas Layanan dan Ulasan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Tiktok Shop. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 552–558. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29858>
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775>
- Febiani, T., Sari, K., & Slamet, S. (2023). Pengaruh Ulasan Pelanggan Daring dan Berbagi Pengetahuan Konsumen pada Keputusan Pembelian di Tik Tok Shop. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 4(2), 72–81. <https://doi.org/10.23969/brainy.v4i2.72>
- Firda Rona Hafizhoh, Rayhan Gunaningrat, & Khabib Alia Akhmad. (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>

- Firman Sulistyo. (2023). *Penutupan TikTok Shop dan Dampaknya bagi UMKM dan Ekonomi Indonesia*.
https://katanetizen.kompas.com/read/2023/10/06/100347785/penutupan-tiktok-shop-dan-dampaknya-bagi-umkm-dan-ekonomi-indonesia#google_vignette
- Ghozali, I. (2018). *Book_2018_Ghozali.pdf* (hal. 30).
- Halaweh, M. (2017). Intention to adopt the cash on delivery (COD) payment model for E-commerce transactions: An empirical study. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10244 LNCS, 628–637.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-59105-6_54
- Harahap, M. G., Krahara, Y. D., Polimpung, L. J. C., Hasanah, Ramadhi, Fikriando, E., Nurdin, Siddiqa, H., Annas, M., Rachmadi, K. R., Anggraini, D. T., Sangadah, H. A., Shofia, Al., Junaida, E., Meliana, & Chakim, M. H. R. (2024). *PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik* (Nomor July).
- Hasibuan, M., Pane, S., Siregar, R. A., & Silalahi, P. R. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(1), 87–93.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i1.254>
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Tiktok. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 71.
<https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Imam Wahjono, S. (2023). *Brand Image E-commerce Tokopedia terhadap Minat Beli Konsumen*. March, 1–11.
<https://www.researchgate.net/publication/369034670>
- Januar Albert Silvester Hutabarat. (2025). *TEORI PERILAKU KONSUMEN (PENGANTAR ILMU EKONOMI) Consumer Behavior Theory (Introduction to Economics)*. April.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*.
- Kusumaningtyas, D., & Ernestivita, G. (2020). E-Commerce: Berada Diantara Pilihan Masa Depan atau Kembali ke Masa Lalu? (Studi pada Cashback Promo Tokopedia). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 5(1), 51–64. <https://doi.org/10.51289/peta.v5i1.418>
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING OLEH INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Survei Pada Shopper Live Streaming@ Louissescarlettfamily). *The Commmercium*, 8(01), 87–97.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commmercium/article/view/58930>
- Marcomm. (2023). *Semua yang Perlu Anda Ketahui Tentang TikTok Live Shopping*.
<https://jetcommerce.co.id/update/semua-tentang-tiktok-live-shopping/>

- Maulinda, R. (2024). *min.* [https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/7143/3/RiniMaulinda_180410242_BAB I.pdf](https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/7143/3/RiniMaulinda_180410242_BAB%20I.pdf)
- Mausul, C. D., & Ma'mun, M. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming di Akun Media Sosial TikTok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 3(2), 2391–2400. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12063>
- Misno, A. (2021). Kerangka Pikir dan Konseptualisasi Penelitian. In *Fundamentals of Social Research: Methods, Processes and Applications* (Nomor July).
- Nazar, M. R., Oloando, A. T., Putri, M. A., Berri, C., & Tazkia, M. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1817–1823. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5492/4603>
- Praptiwi, R. N., Hastuti, I., & Muftiyanto, T. N. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Metode Pembayaran Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Indonesia*. 3(3).
- Pratiwi, A. B., Wihara, D. S., & Djoko, E. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial, Potongan Harga, Dan Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Pembelian Toko RCK. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi 2022*, 7, 469–473. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2244>
- Raharjo, I. B. D. K. H. S. M. Z. S. (2021). *DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RESTAURANT DI KEDIRI*. 2, 3–7.
- Rasta, B. B., & Sumardjijati, S. (2024). Komunikasi Persuasif dalam Fitur TikTok Live Streaming pada Perilaku Impulsive Buying Generasi Z. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9679–9687. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5895>
- Riyanto, G. P. (2024). *TikTok Resmi Akuisisi Tokopedia, Nilai Investasi Rp 23 Triliun*.
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Sari, H. P. (2023). *TikTok Shop Ditutup, Menkominfo: Kebijakan Sudah Jelas, Pemisahan Media Sosial dan “E-commerce.”* <https://money.kompas.com/read/2023/10/04/151000426/tiktok-shop-ditutup-menkominfo-kebijakan-sudah-jelas-pemisahan-media-sosial.%0A>
- Septiani, L. (2024). *80% Penjualan di TikTok Shop Indonesia via Live Streaming*. katadata.co.id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/669792c62d5f5/80-penjualan-di-tiktok-shop-indonesia-via-live-streaming>
- SHELEMO, A. A. (2023). No Titleيليب. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

- Sinta Yuli Nurmalinda, Ridwan Fadilah, Dheri Febiyani Lestari, Herdiyanti, U. E. J. (2024). *Pengaruh metode pembayaran cod terhadap minat beli konsumen pada tiktokshop*. 2024, 1177–1184.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Niam, M. F., Purwanti, E. W., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Nomor 2).
- wikipedia. (2024). *TikTok*. <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- Wirawan, A. D., Soeprajitno, E. D., & Meilina, R. (2023). Pengaruh media sosial, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko legian nursery 1),2),3). *Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2(Istanti 2019), 1566–1574.
- Wiyono, S. H., Kusumaningtyas, D., & Bian Raharjo, I. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Flash Sale, Dan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee. *Simposium Manajemen dan Bisnis II*, 2, 497–505.
- Yunita Dwi Editia, Indira Shofia Maulida, Moh. Muklis Sulaeman, & Sabilar Rosyad. (2025). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Media Sosial Tiktok. *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(1), 165–176. <https://doi.org/10.55606/jubima.v3i1.3827>