

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarini, A. D., Mulyapradana, A., & Elshifa, A. (2021). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada UMKM Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66-77.
- Ashfiyah, S. (2023). Strategi Live Streaming Terhadap Minat Beli dan Pemenuhan Keinginan. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1430-1441.
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). The Application Of Theory Of Planned Behavior And Perceived Value On Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8(1 Special Issues), 123-134.
- 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.
- Della, P. A., Sarsono, S., & Istiqomah, I. (2024). Media Sosial, Online Costumer Review dan Digital Payment terhadap Minat Beli Pengguna Marketplace Tiktok di Surakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 55-68.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. Jambi: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21-26.
- Fitri, S. Y., & Susanti, F. (2023). Harga, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa STKIP Dan STIE Widyaswara Indonesia Solok Selatan). *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 140-159.
- Gabryella, C., Setyabudi, D., & Naryoso, A. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Live Streaming Tiktok Live Dan Product Knowledge Di Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Gen Z Pada Produk Fashion. *Interaksi Online*, 12(2), 122-134.
- Hutauruk, R. O., & Dewi, A. F. (2024). Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Toko Kueangliss Bakehouse Di Kota Medan). *Jurnal Widya*, 5(1), 522-536.
- Jackson, J., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi

- Belanja Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1402-1412.
- Laeli, R. N., & Prabowo, R. E. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 306-314.
- Maharani, S., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2942-2955.
- Maksum, I., Fikriah, N. L., & Hawabi, A. I. (2022). Bagaimana konflik pekerjaankeluarga dapat membahayakan kinerja? Integrasi Conservation of Resources Theory. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 22–37.
- Nabila, P., Ismunandar, I., & Ovriyadin, O. (2024). Pengaruh Viral Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nabila Fashion. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(3), 01-24.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square, (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5), 1–7.
- Novianti, D. A. (2020). *COVID-19; Catatan Linimasa Para Analis Muda*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Pangestu, M. K. T., Gustiana, C., & Anzhita, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Kopi Sanger Di Kota Langsa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(4), 1165-1182.
- Prabasini, N. K. D. L., Mitariani, N. W. E., & Hendrawan, I. G. Y. (2023). Pengaruh Lifestyle, Sosial Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Panlandwoo (Survei Online pada Followers Aktif Instagram Panlandwoo). *EMAS*, 4(12), 2991-3003.
- Prasetya, F. R., Suhud, U., & Aditya, S. (2023). Menguji Faktor-Faktor Determinasi Belanja Produk Fashion Apparel Saat Live Streaming Di Media Sosial. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1349-1364.

- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.
- Purwadinata, S., & Kurniawan, M. F. (2024). Pengujian Efek Flash Sales Dan Promosi Live Streaming Terhadap Minat Beli Online Mahasiswa Universitas Samawa. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 4(1), 118-130.
- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *In Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 1, 1-14.
- Putri, M. A., Rahayu, K., & Pratama, E. A. (2024). *Perlindungan Hak Cipta terhadap Plagiasi Video Konten Tekotok pada Aplikasi TikTok*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29-40.
- Putri, T. B., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran dan E-Wom pada Media Sosial Tiktok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2442-2454.
- Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada Di Media Sosial Facebook. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739-1761.
- 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), 80-93.
- Robot, R. S., Agus, A. S. S., & Jane, J. G. P. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Di Stray Store Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(4), 324-345.
- Rosnawiyah, R., & Abadiyah, R. (2024). Perilaku Pembelian Milenial Ulasan Shopee dan Pemasaran Viral. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 22(1), 47-76.
- Salim, A., Yunita, I. I. S., & Deccasari, D. D. (2024). Pengaruh Content Marketing, Price Discount, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Shopee. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(3), 216-228.

- Seleka, G. G. (2023). E-Commerce Adoption and Development in An African Context: A Literature Reiview of Botswana. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 5(6): 1-21.
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Caesar, L. A. Y., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(3), 135-147.
- Sihab, S. A., Tesniyadi, D., & Setiawan, R. (2023). Adanya Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Untirta Angkatan 2020. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(12), 490-504.
- Sofian. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. Tangerang Selatan: Berkah Aksara Cipta Karya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi ke-2*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfaida, I. N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Toko Terhadap Minat Pembelian Produk Whitelab Di Marketplace Tokopedia Pada Generasi Y. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5743-5755.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 47-61.
- Rahmayanti, D., & Dermawan, M. (2023). *Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Produk di TikTok Shop Kota Surabaya*. Jurnal Arimbi, Universitas Kartini Surabaya. Tersedia di: <https://unkartur.ac.id/journal/index.php/arimbi/article/view/297>
- Oktavia, M. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Minat Beli Produk Wardah*. Jurnal Manajemen West Science, 4(2). Tersedia di: <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/download/1366/1230/8630>
- Nisa, D. F., & Dwijayanti, A. (2022). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen di Shopee*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, STIE Mahardhika. Tersedia di: <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3272>
- Sa'diyah, C. (2024). *Pengaruh Rating dan Review terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee*. Jurnal BIMA, Universitas Hasyim Asy'ari. Tersedia di: <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bima/article/view/5903>

Setiawan, E. (2024). *Analisis Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Athena Skincare pada Platform TikTok Shop*. ResearchGate. Tersedia di: <https://www.researchgate.net/publication/382315906>