

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 08(02), 1–23.
- Ardila *, S. (2024). Jmsab 343. *Pengaruh E-Service Quality, Live Streaming Shopping Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Platform Shopee*, 7(2), 343–356.
- Bisari, N. A., Itasari, W., Anandita, S. R., & Ibrahim, I. (2025). Pengaruh Program Afiliasi dan Fitur Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di TikTok Shop. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 8(3), 144–152. <https://doi.org/10.32764/joems.v8i3.1501>
- Darwipat, R. (2020). *Strategi flash sale dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada bisnis online*.
- dkk, B. S. P. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.
- Et, H. (2024). *Pengaruh Fitur Live Shopping, Service Quality dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tiktok Shop*. 14(01), 743–754.
- Fadillah, M. R. R. (2022). Pengaruh Penguasaan Teknologi Informasi, Komitmen Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Guru Sma Negeri Di Wilayah Kota Cirebon Selama Masa Pandemi Covid. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Ghozali. (2018a). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Vol. 14, Issue July, pp. 1–23).
- Ghozali. (2021). *Ghozali-2021_Compress.Pdf* (p. 490).
- Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). *Keputusan pembelian sebagai proses penentuan merek oleh konsumen*.
- Hutagalung, H., & Anggraini, G. (2024). Pengaruh Flash Sale Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Digital Business Progress*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.70021/dbp.v3i1.162>
- Irhamna, C. A., & Dermawan, R. (2023). The Effect of E-Service Quality and E-Wom on Purchase Decisions Through the Tiktok Shop Application among College Students in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 677–686. <https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4742>

- Juanta, P., Shafira, A., Tan, D. C., Setiawan, M. K., Wijaya, J., & Kelvin. (2025). Pengaruh Live Shopping terhadap Ketertarikan Pembeli di Media Platform Penjualan Online. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 863–871.
- Kompas.com. (2024). *Fenomena social e-commerce sebagai inovasi fitur belanja pada media sosial*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (14th ed.)*. Pearson.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif-Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping dan Electroni (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755.
- Ramadhani, A., Madjid, R., & Yusuf, H. (2025). Pengaruh Service Quality Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Pada Self Photo Studio Morii Di Kendari. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 318–327. <https://doi.org/10.55598/homanis.v2i2.83>
- Selly Septiani, Salsabilla Rahmawati, & Farah Noor Ayuningtyas. (2024). The Influence of Live Streaming and Flash Sales on Purchasing Decisions on the Tiktoshop Application. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(3), 929–942. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i3.9161>
- Sinurat, R., & Sinurat, J. (2020). *Pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam era digital*.
- Sugianto, et al. (2023). Metodologi Penelitian Sosial: Teori dan Praktik. *STAIN Kediri Press: Jawa Timur, December*, 1–349.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Sugiyono - 2022.pdf. In *Alfabeta, Bandung* (p. 346).
- Sugiyono, 2023. (n.d.). *Metode Penelitian Sugiyono Lengkap* (pp. 1–17).
- Veni Ardiati Leriyan, Indri Hastuti Listyawati, Mukti Murtini, & Cahyono, E. (2025). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen*,
- Wahyuningsih (2023). *Live streaming sebagai strategi promosi real-time pada e-commerce*.