

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, I., & Antika, R. M. 2024. Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming Dan Diskon Harga Di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Studi Kasus Di Jakarta Selatan). *Management Research And Business Journal*, 1(2), 103-119.
- Adinda, Z., & Azira, M. 2024. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Skincare* Pada *E-Commerce* : Implementasi Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 01–12. <https://doi.org/10.54951/Sintama.V4i1.644>
- Agustin, N. A. 2023. Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19.
- Amalina, V., & Riofita, H. 2024. Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2).
- Anggraeni, T. C. 2024. *Determinan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee : Perspektif Live Streaming , Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim*. 5(2), 153–162. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V5i2.1702>
- Ardana, H. T., & Sumaryanto. 2024. *Pengaruh E-Service Quality, Brand Image Dan Marketing Communication Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform E- Commerce Shopee*. 3(1), 43–55.
- Aryasa, F. M., & Roosdhani, M. R. 2024. Pengaruh Price Discount, Content Marketing, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok@ Ainafashion. Id. Komitmen: *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 69-80.
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. 2024. Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa Shopeefood Di Kota Palembang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778-792.
- Azizah, N., & Kusnanto, D. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Cafe Eat Toast Di Indramayu. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 367. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V8i1.730>
- Dartiningsih, B. E. 2016. Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi Fisib-Utm & Aspikom Jawa Timur*, 129. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/Wp-Content/uploads/2016/01/Buku-Riset-Komunikasi-Jadi.Pdf>

- Dewi, R. P. 2024. *Analisis Islamic Marketing Mix Dalam menarik minat Beli Konsumen Di Food Court pasar Baru Magetan.*
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. 2023. Analisis Peran E-Wom, Halal Awareness, Marketing Influencer Dan Lifestyle Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 1–18.
- Fadila, M. E., Sihabudin, S., & Fauji, R. 2024. Pengaruh Harga, Review Produk, Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sosial Commerce. Ranah Research: *Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 6(4), 724-733.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. 2022. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Indonesia Applicad. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Febrizadly, F. C. 2024. *Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Buying Decision Pada Pelanggan Radysa Medan Di Shopee.*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guci, D. A., & Kaniawati, K. 2023. Kewirausahaan Dan Bisnis Syariah. In *Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 3, Issue 1).
- Habiburohman, H., Widarko, A., & Rachmadi, K. R. 2024. Pengaruh E-Promotion, Brand Trust Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Marketplace Tiktok Shop. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1307-1314
- Imron, A., Ariyanti, R., & Octaviana, V. 2024. *Pengaruh Affiliate Marketing , Live Streaming , Program Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop*. 7(2), 236–249.
- Kamsiyah, Jullimursyida, T. Edyansyah, & Naufal Bachri. 2024. Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. *Jimu: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1050–1059. <https://doi.org/10.70294/jimu.v2i04.488>
- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 924–942. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2506>
- Khalil, M., Arifin, S., Ds, V. S., & Lendriyono, F. 2019. Komunisme Dalam

Pandangan Muhammadiyah Dan Nu Di Media Sosial Tinjauan Hermeneutika Kritis Paul Ricoeur. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2019). Marketing Management An Asian Perspective. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Kumalasari, R., Lukmana, A., Jamaludin, & Purnamasari, P. 2021. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & Iptek*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/Bistek.V14i2.233>

Meilani, W., & Rosa, A. 2023. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Cabang Plaju. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2518–2528. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4570>

Nabila, S., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. 2025. Pengaruh Flash Sale, E-Wom, Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Pada Marketplace (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 1751-1762.

Nilawardhani, F. D., & Suharto, B. 2024. Strategi Pemasaran Langsung Melalui Live Streaming Di Platform Shopee. *Business Uho: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 432–443.

Nisita, N. 2016. *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Yogyakarta Dan Sekitarnya*. 1–23.

Prameswari, D. E., Septiana, D. W., & Wahyudiantoro, R. T. 2024. Etika Shopee Affiliator Dalam Meningkatkan Traffic Penjualan. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 11(1), 23–30.

Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. 2023. Pengaruh E-Promotion, Pelayanan, Kemudahan, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian, Melalui Perilaku Konsumen Pada Marketplace Lazada. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 130–141. <https://doi.org/10.31294/Eco.V7i1.15241>

Prihartini, D., & Damastuti, R. 2022. Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Pada Followers Twitter @Ohmybeautybank. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 56–67. <https://doi.org/10.37715/Calathu.V4i1.2724>

Puspitasari, R. 2023. Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce Pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung.

*International Journal Administration Business And Organization*, 4(2), 1–9.  
<https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>

Puspitorini, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tempekita Pada Konsumen Rumah Tempe Indonesia Kota Bogor [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].

Putri, A. E., & Suriyanto, M. A. 2024. Pengaruh E-Promotion, Kelompok Referensi, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 73–88.  
<https://doi.org/10.31949/Entrepreneur.V5i1.7737>

Putri, A. K., & Junia, A. A. 2023. Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.

Putri, C. A., Yani, M., & Oetarjo, M. 2024. *The Influence Of Live Streaming , Discounts , And Content Marketing On Purchasing Decisions On Tiktok Shop ( Study On Generation Z Consumers In Sidoarjo )*. 10(2), 152–166.

Putri, F. A. B. 2023. Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jam Tangan (Studi Kasus Pada Produk Woodka). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(1), 1–19.

Ramli, S. N., Haeruddin, M. I. M., Ilham, M., Haeruddin, W., Hasbiah, S., & Aswar, N. F. 2025. *Pengaruh Live Streaming Dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Tiktok ( Studi Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Tiktok )*. 3(1).

Riki, M., Roswaty, R., & Wulandari, T. 2024. Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 2948-2966.

Ryanto, B. T. A. S., & Tampubolon, L. H. 2024. *Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Lazada Pada Pengguna Sosial Media Di Wilayah Dki Jakarta*. 16(1), 53–66.

Sari, I. N. F., & Ruslim, T. S. 2024. Peran Trust Dalam Memediasi E-Wom Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 363–370. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V6i2.29839>

Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. 2023. Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10-16.

- Septiani, B. D., & Okmarisa, H. 2023. Pengembangan Media Pembelajaran Menggunakan Construct 2 Dengan Pendekatan Scaffolding Pada Materi Laju Reaksi. *Journal Of Research And Education Chemistry*, 5(1), 12-12.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. 2022. Metodologi Penelitian Kuantitatif Teori Dan Praktek. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May). Raja Grafindo Persada.
- Sinambela, R. S., Haholongan, R., Ashari, D., Salsabila, S., & Diva, T. 2024. Menggali Perilaku Konsumen Pada Pengguna Kosmetik Di Toko Offline (Studi Kasus Pada Produk Lokal Wardah). *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(2)
- Siregar, I. A. 2021. Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *Alacrity: Journal Of Education*, 39-48.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, & Lestari, P. 2021. Metode Penelitian Komunikasi. In *Penerbit Alfabeta* (Vol. 01). Alfabeta.
- Suhari, Y., Sri, R., Redjeki, A., & Handoko, T. 2012. Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, Dan Inersia Terhadap Loyalitas). *Jurnal Teknologi Informasi*, 17(1), 46–58. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/242326-Perilaku-Konsumen-Online-Pengaruh-Nilai-6c3d7c40.Pdf>
- Sulung, U., & Muspawi, M. 2024. Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. 2023. Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Unayatus Sholikhah, N., & Marlana, N. 2024. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(2).
- Widyawati, N. I., & Asteria, B. 2024. *Efektivitas Content Marketing, Affiliate Marketing Dan Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Barenbliss Di Yogyakarta*. 8(1), 30–35.



- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. 2022. *Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee*. 3(1), 55–69.
- Yusuf, D. 2022. Penerapan Sistem Kehadiran Mahasiswa Berbasis Web Menggunakan Openstreetmap. *Nuansa Informatika*, 16(2), 147-153.
- Zalfa, K. V., Indayani, L., & Supardi. 2024. Analysis Of Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Affiliate Markeang On Purchasing Decision For Fashion Trend Productsi At The Shopee Marketplace (Case Study Of Shopee Users) Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Aff. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1291–1305. [Http://Journal.Yrpiuku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiuku.Com/Index.Php/Msej)
- Zhafira, T., Kinasih, D. D., & Hardilawati, W. L. 2023. Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Esl Express Cabang Soekarno Hatta Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 347–356.

