

DAFTAR PUSTAKA

- Azndrian, Et Al. (2022). *Perilaku Konsumen*. In Rena Cipta Mandiri.
- Anggraeni, T. C. (2024). Determinan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee: Perspektif Live Streaming, Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 5(2), 153–162. <https://Journal.Fkpt.Org/Index.Php/Jtear>
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i1.3820>
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Asterrina, Febrya: Hermiati, T. (2011). *Pengaruh Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying”(Studi Pada: Konsumen Centro Department Store Di Margo City) Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik*. Universitas Indonesia.
- Febra Widyananda. (2025). *Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Dan Fear Of Missing Out Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Tiktok Pada Generasi Z*. Dinamika.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). *Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Bisnis Pengaruh Live Video Streaming Tiktok , Potongan Harga , Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pendahuluan*. 7(2), 218–225.
- Ghozaali, L. (2018). *Aplikasi Analisis Mulltivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2016). *Aplikasi Analisis Regresi Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginanjjar, G. (2020). *Strategi Pemasaran Melalui Fitur Live Streaming Instagram*.

In Penerbit Widina Media Utama.

- Haryanto, T. (2022). *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. Ump Press.
- Heryana, A. (2020). *Hipotesis Penelitian*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.11440.17927>
- Hou, F., Guan, Z., Li, B., & Chong, A. Y. L. (2020). *Factors Influencing People's Continuous Watching Intention And Consumption Intention In Live Streaming: Evidence From China*. <https://doi.org/10.1108/Intr-04-2018-0177>
- Iqbal, I., Roswaty, & Meilin Veronica. (2024). Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1304–1317. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V10i2.2310>
- Iwan, Purwatiningsih, S. (2025). *Analisis Peran Influencer Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Pada Generasi Z*. 31(April).
- Kasimin; Dhiana, Patricia; Warso, M., & Mukery. (2014). “*Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko Intanpurwokerto*.” Fakultas Ekonomi: Universitas Pandanaran Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Person.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles Of Marketing*. Person.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management (16th Ed.)* (P. Education (Ed.)).
- Lestari, S. P., & Permatasari, R. I. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional Pt. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 83–91. <https://doi.org/10.35968/M-Pu.V13i1.1027>
- Machfoedz. (2015). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, Dan Implementasi*. : Bpfe.
- Martien, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2025). *Pengaruh Live Streaming Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Kabupaten Karawang*. 10(1), 085–102.

- Pratiwi, D. R. A., Saputra, H. T., & Utama, H. H. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Viral Marketing, Dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(3), 2566–2582. <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i3.4782>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Surabaya. *Journal Of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i1.2451>
- Subianto, D., & Basuki, K. (2024). Pengaruh Influencer Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kahf Dengan E-Commerce Sebagai Moderating. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 8(1), 826. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V8i1.1322>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.Cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rnd*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta.Cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta.Cv.
- Sugiyono, P. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rnd*. 116.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Edisi 4)*. Andi.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital*.
- Widodo, H., & Marlina, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Marketing Insight*, 11(1), 33–42.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., & Yasa, I. G. D. (2022). Keputusan Pembelian E-Commerce Selama Pandemi: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga, Dan Sikap Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 26–37. <https://doi.org/10.30872/Jmmn.V14i1.10993>
- Zhang, W., Wang, Y., & Zhang, T. (2021). Bisakah “Streaming Langsung” Benar-Benar Mengarahkan Pengunjung Ke Tujuan? Dari Aspek “

Kehadiran Sosial.” *Sage Open*, 1, 11.
<https://doi.org/10.1177/21582440211006691>

