

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M. E. (2025). Pengaruh live streaming TikTok Shop terhadap minat beli tidak terencana mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 55-67.
- Anastasei, B., Dospinescu, N., & Baabut, G. (2025). The impact of e-WOM on purchase intention: A digital consumer behavior perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 7-15.
- Appscrip. (2026). *TikTok revenue and social commerce statistics 2024*. Diakses dari <https://www.appscrip.com>
- Baig, A., & Shahzad, F. (2022). Exploring purchase intentions in the digital marketplace. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 300-310.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. Diakses dari <https://datareportal.com>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com>
- Edlyna, R., Lestari, A., & Nasution, H. (2024). Pengaruh influencer terhadap minat beli konsumen produk fashion. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 90-97.
- FastMoss. (2025). *TikTok Shop seller analytics report 2025*. Diakses dari <https://fastmoss.com>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hootsuite & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com>
- Iisnawati, & Daud, A. (2021). Pengaruh live streaming terhadap kepercayaan dan keputusan belanja online konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(2), 77-85.

- Irwanto, R., Putra, A., & Dewi, S. (2026). Pengaruh live streaming TikTok Shop terhadap minat beli konsumen produk fashion. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, 8(1), 12-24.
- Jakpat. (2023). *Gen Z TikTok Shop live shopping survey Indonesia 2023*. Diakses dari <https://jakpat.net>
- Katadata.co.id. (2024). *Data platform live streaming commerce Indonesia 2024*. Diakses dari <https://katadata.co.id>
- Khairina, L., & Sari, N. (2024). Pengaruh harga, kepercayaan, dan risiko terhadap minat beli di e-commerce Shopee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 65-73.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Harlow: Pearson.
- Lestari, R., & Fauziah, A. (2023). Daya tarik desain tas lokal terhadap minat beli generasi milenial. *Jurnal Fashion Indonesia*, 5(2), 134-142.
- Liu, Y., Li, H., & Chen, Z. (2022). Interactive purchase intention in live streaming: Social presence and consumer conformity effects. *Internet Research*, 32(4), 1320-1342.
- Liu, Y., & Zhang, X. (2024). Consumer-streamer interaction and purchase intention in live streaming commerce: The mediating role of social presence and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103594.
- Mausul, R., & Ma'mun, S. (2024). Pengaruh live streaming TikTok Shop terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 23(2), 88-101.
- Momentum Works & RedSeer Consulting. (2025). *TikTok Shop GMV Indonesia 2021-2025*. Diakses dari <https://momentumworks.co>
- Paulus, R. (2024). Strategi interaktif pemasaran melalui live streaming TikTok. *Jurnal Inovasi Pemasaran Digital*, 6(1), 101-110.
- Putri, S. A. (2021). Minat beli konsumen dalam e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 44-49.
- Rahma, D., & Ridanasti, F. (2023). Live streaming sebagai media pemasaran interaktif di TikTok. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 9(1), 23-30.

- Sania, R., & Febriana, A. (2024). TikTok live streaming sebagai media belanja interaktif di era digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(1), 55-63.
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh sistem informasi manajemen: Kepuasan konsumen dan keputusan pembelian tiket MPL Mobile Legend di aplikasi Blibli.com. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 98-105.
- Sholihun, A., & Oktapiani, R. (2021). Strategi digital marketing terhadap minat beli di era pandemi COVID-19. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(3), 210-225.
- Statista. (2024). *Number of TikTok users in selected countries as of July 2024*. Diakses dari <https://www.statista.com>
- Statista. (2025). *TikTok revenue worldwide 2021-2025*. Diakses dari <https://www.statista.com>
- TikTok. (2025). *Data akun @mossdoom.indonesia*. Diakses dari <https://www.tiktok.com/@mossdoom.indonesia>
- TikTok for Business. (2024). *Live streaming commerce report Indonesia 2024*. Diakses dari <https://business.tiktok.com>
- TikTok for Business Indonesia. (2024). *Live streaming commerce report Indonesia 2024*. Diakses dari <https://business.tiktok.com>
- Tubefilter. (2025). *TikTok live shopping revenue statistics 2025*. Diakses dari <https://www.tubefilter.com>
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Global overview report*. Diakses dari <https://wearesocial.com>
- Xu, Y., Cui, Y., & Lyu, X. (2022). Influence of streamer's social capital on purchase intention in live streaming e-commerce. *Journal of Interactive Marketing*, 60, 45-62.
- ZAP & MarkPlus.Inc. (2024). *ZAP Beauty Index 2024: Consumer behavior report*. Jakarta: ZAP & MarkPlus.