

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. F. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan pada Industri Jasa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Kontemporer*, 14(4), 185–197
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023). Peran *Live Streaming* dalam meningkatkan keputusan pembelian produk pada aplikasi tiktok shop studi pada mahasiswa angkatan 2020. *Marketgram Journal*, 1(2), 106-113.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2018). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian gula tebu. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 54-66.
- Artheswara, L. C., & Sulistiawati, A. (2020). *Tingkat penggunaan e-commerce pada remaja di Kota dan Kabupaten Bogor*. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 4(4), 437–448.
- Attar, R. W., Almusharraf, A., Alfawaz, A., & Hajli, N. (2022). *New trends in e-commerce research: Linking social commerce and sharing commerce: A systematic literature review*. *Sustainability*, 14(23), 16024. <https://doi.org/10.3390/su142316024> Diakses 22 Maret 2025
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media Bandung.
- Dermawan, D. T. B., & Mulyanti, D. (2023). E-commerce: Definisi, perkembangan dan hukum dalam pandangan agama islam. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 29(1), 79-84.
- Editia, Y. D., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Rosyad, S. (2025). Pengaruh Content Marketing, *Live Streaming*, Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Media Sosial Tiktok:(Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(1), 165-176.
- Farhan, M., & Nasution, M. I. P. (2025). 5 Pendapat Ahli Tentang *E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 458-463.
- Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan Web *E-Commerce* Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, 4(1), 361 372. <https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6330> Diakses 24 Mei 2025

- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen pada generasi milenial di era pandemi Covid-19 dengan pengetahuan ekonomi sebagai variabel moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 183 -192.
- Furianto, D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, *Live Streaming* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# Universitas Buddhi Dharma).
- Gijón, C., Fernández-Bonilla, F., & De la Vega, B. (2022). *E-commerce in Spain: Determining factors and the importance of e-trust. Telecommunications Policy*, 46(1), 102280.).<https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102280>
Diakses 02 Februari 2025
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 3(2), 314-328.
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 63–76. <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/7> diakses pada 24 April 2025
- Riandi, M. M., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Potongan Harga, *Live Streaming*, dan Online *Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi TiktokShop. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(3), 2101-2109.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh *Live Streaming* Dan Trust Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1427-1438.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi penggunaan ecommerce dalam perkembangan bisnis di era digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6-12.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh digital marketing, quality product dan brand image terhadap keputusan pembelian roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Dewi, I. A. K., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh harga dan promosi live streaming penjualan terhadap perilaku impulse buying pada pembelian

produk di TikTok Shop. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(3), 302–314.

Sania, A. M. F., & Febriana, P. (2024). *Live Streaming* TikTok meningkatkan penjualan dan keterlibatan merek di Indonesia. *CONVERSE: Journal Communication Science*, 1(2), 37–48.

Siska, J., & Safri, I. (2024). Pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Aurel Pematang Reba. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Sosial*, 2(1), 59–71

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.