

DAFTAR PUSTAKA

- Haul, B., (2022). 7 Produk Skintific Terbaik Yang Viral Di TikTok, Sudah Coba. Diakses pada 20 Oktober 2023, dari <https://www.beautyhaul.com/blog/7-produk-skintific-terbaik-yang-viral-di-tiktok-sudah-coba>.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- 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.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan Tiktok Shop di Surabaya). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 7(1).
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 209-220.
- Annur, C.M. (2023, 24 Mei). Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?. Diakses pada 29 Agustus 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>.
- Annur, C.M. (2023, 6 Juli). Jumlah Pengguna Tiktok Global Bertambah Lagi pada Kuartal I-2023. Diakses pada 30 Agustus 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-tiktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023>.
- Ariefana, P. (2022, 09 Juni). Dua Tahun Pandemi COVID-19, Pengguna Internet Indonesia Naik Menjadi 220 Juta Orang. Diakses pada 29 Agustus 2023, dari <https://www.suara.com/news/2022/06/09/173009/dua-tahun-pandemi-covid-19-pengguna-internet-indonesia-naik-menjadi-220-juta-orang?page=all>.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.

Bognar, Z. B., Puljic, N. P., & Kadezabek, D. (2019) *Impact of Influencer Marketing on Consumer Behaviour. Economic and Social Development; Book of Proceedings*, 301-309.

Choiriyah, Z., & Sa'adah, L. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran*, Jombang : LPPM.

Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51-62.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)* (Q. Media, Ed.). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro.

Hidayatullah, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir, K. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).

Intelligencenode. (2023). Rahasia Perilaku Konsumen Gen Z – Blog. Diakses pada 20 Oktober 2023, dari <https://www.intelligencenode.com/blog/secrets-of-gen-z-consumer-behavior/>.

Ismayani, A. (2020). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Syiah Kuala University Press.

Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 13-27.

Kotler, P., & Balasubramanian., S. (2023). *Principles of Marketing, Nineteenth Edition, Global Edition*, England: Pearson.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*. Wwww.Pearson.Com/Uk.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev., A. (2022). *Marketing Management, Sixteenth Edition, Global Edition*, England: Pearson.

Ananda Putri Dalfi, 2024

PENGARUH INFLUENCER MARKETING, HARGA, DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna TikTok Shop Di DKI Jakarta)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Lopez, F., J., M., & Martinez., L., F. (2022). *Advanves in Digital Marketing and Ecommerce: Third International Conference 2022*, German: Springer Nature.
- Mahesa, T., R. (2023, 4 Mei). 5 Alasan Mengapa Influencer Marketing Sangat Penting Bagi generasi Z. Diakses pada 20 Oktober 2023, dari <https://www.pop-star.me/blogs/5-alasan-mengapa-influencer-marketing-sangat-penting-bagi-generasi-z>.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 35-42.
- Nurhidayati, M. (2022). *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*, Pekalongan: NEM.
- Noor. (2014). Analisis Data Penelitian. Grasindo.
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z@ Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3664-3671.
- Qadrini, L., Ardiputra, S., & Seppewali, A. (2020). Bimbingan Teknis Olah Data Dengan Spss 25 Untuk Para Pegawai Kantor Bkad Kabupaten Majene. *Dharmakarya*, 9(3), 184–187.
- Rahmaniar, a., dkk. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*, Depok: PT Rekacipta Proxy Media.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M.S. (2020). Pengantar manajemen dan bisnis. Yogyakarta: K-Media.
- Sangadji, E.M., & Sopiah. (2016). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman., L., & Wisenblit., J., (2019). *Consumer Behavior, Twelfth Edition*, New York: Pearson.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Wirtz, J., & Lovelock., C. (2021). *Services Marketing, Ninth Edition, Global Edition*, USA: World Scientific.