

## DAFTAR PUSTAKA

- Andirani, M. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Shopee). .
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023). Peran Live Streaming Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Pada (Konsumen Penulis Andrian et al., n.d.) Aplikasi Tiktok Shop Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2020. *Marketgram Journal*, 1(2), 106-113.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Andrian et al., (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan Tik Tok Shop di Surabaya). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 7(1).
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2023). *Service Management. Operations, Strategy, Information Technology*. Tenth Edition. McGraw Hill LLC, Avenue of the Americas, New York.
- Dahlia Amelia, B. S. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhannad Zaini.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif (Toman Sony Tambunan (ed.))*. Media Sains Indonesia.
- Dharma, B., & Efrianda, M. R. (2023). Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(3), 269-278.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 1 (1st ed.)*. Yoga Pratama

- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- Jobber, D., Chadwick, F. S. (2023) Principles and Practice of Marketing, Tenth Edition. Mc-Graw Hill-Education (UK).
- Kotler P., Armstrong G., Balasubramanian S. 2024. Principle Of Marketing, 19e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management Sixteenth (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lindawati, L., Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023, August). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-10)..
- Martínez-López, Francisco J., (2023) Advances in Digital Marketing and eCommerce : Fourth International Conference.
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Rahmaniar, Anastasya, et al. (2023). Bunga Rampai Isu-isu Komunikasi Kontemporer 2023. Depok: PT Rekacipta Proxy Media
- Solomon, M. R.. 2020. Consumer Behavior : Buying, Having, and Being.13th Edition. Essex : Pearson.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J.. 2019. Consumer Behavior, 20 th Edition, Global Edition. United Kingdom : Pearson.
- Sanurdi, (2021). *KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DAN KEPUASAN KONSUMEN TEORI DAN PRAKTIK* . Mataram: Sanabil.
- Syafrida Hafni Sahir. 2021. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia
- Sugiyono (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Afabeta.
- Stefani, V., Listiana, E., Afifah, N., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2023). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, LIVE TIKTOK, ON PURCHASE DECISION OF SOMETHINC PRODUCTS WITH CUSTOMER TRUST AS A MEDIATION VARIABLE ON TIKTOK SOCIAL MEDIA. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1858-1869.

Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.