

DAFTAR PUSTAKA

- Afikska, A. (2024). *Pengaruh affiliate marketing dan live streaming terhadap keputusan pembelian pada platform belanja TikTokshop (studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)*.
- Aflyah, S. (2024). Pengaruh Influencer Review, Affiliate Marketing, dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus pada Micro Influencer). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 467–473. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Aldhama, P. (2022). *Pengaruh Review dan Affiliate Marketing Produk Marketplace terhadap Impulse Buying Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Alvina Fajar Wibowo. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Prestise, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang)*. (Skripsi S1 Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga).
- Anisa. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia*. UIN Walisongo Semarang.
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). Penerapan Teori Planned Behavior dan Perceived Value Pada Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 123–134. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2074>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Chalvina, F. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping dan Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 5 (1). www.jurnal.imsi.or.id
- Chen, N., & Yang, Y. (2023). The Role of Influencers in Live Streaming E-Commerce: Influencer Trust, Attachment, and Consumer Purchase Intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1601–1618. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030081>
- Christanti, M. (2023). *Strategi Rebranding pada Maklon sebagai Bentuk Jasa Produksi dan Pemasaran untuk Meningkatkan Ekuitas Merek pada Perusahaan Kosmetik di Indonesia*. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj>

- Cindy M. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2 (1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32911>
- Desti, E. (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). <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>
- Edyansyah, T., & Bachri, N. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 02. <https://doi.org/10.70294/jimu.v2i04.488>
- Euromonitor. (2012). *Mobile phone in Sweden*. <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.its.uu.se/Portal/Pages/Magazine/IndustryPage>
- Fakri, M. A., & Indra Astuti, S. (2023). Pengaruh Live Streaming Sales Tiktok terhadap Minat Beli Konsumen. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(2), 110–116. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.7714>
- Farera, A., Diarya, G., & Raida, V. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey di Surabaya dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2). <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p125-133>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldfarb, A. (2019). Digital economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3–43.
- Haudi, H. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972.
- Hendra, J., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1). <https://databooks.com>
- Hersiwi, R. (2023). *Pengaruh Live Streaming Shopping pada Aplikasi TikTok terhadap Minat Beli Skintific*. (Skripsi S1 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Ilma Agustin, D., Hasanah, U., Gusliyani, A., & Laksana, A. (2024). Strategi Pemasaran Guardian Ramayana Kota Serang Dalam Meningkatkan Penjualan

Produk Wardah. *Jurnal Mahasiswa*, 6(1), 45–54.
<https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.818>

Indah Widyawati, N., Asteria, B., & Widya Wiwaha, S. (2024). Efektivitas content marketing, affiliate marketing, dan live streaming TikTok terhadap keputusan pembelian Barenbliss di Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 8(1), 30–35. DOI: <https://doi.org/10.26460/mmud.v8i1.17227>

Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>

Junita, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4 (1). DOI: doi.org/jebma.v4n1.3329

Karina, N. D., Darmansyah, & Awalludin, D. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, 3(1), 80–89. <https://doi.org/10.35969/inotek.v3i1.304>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. . Erlangga.

Lubis, Z. A., Musahidah, U., & Sa'adah, S. (2024). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee Live Menggunakan Theory Of Planned Behavior*. 1(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.755>

Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Survey Pada Followers Instagram Scarlett Whitening). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(24), 607–615. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10435517>

Maulida, S. (2023). *The Influence of Affiliate Marketing, Product Quality, and Discounts on Consumer Buying Interest in the Marketplace*. <https://shorturl.asia/xP0Ya>

Maulidya, N. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett Whitening In Surabaya). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Nasir, M., & Basalamah, J. (2019). *Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar* (Vol. 1, Issue 1). <http://journal.ildikti9.id/CER/index>
- Natarina, R. A. E., & Anugrah Bangun, C. R. (2019). The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales. *Jurnal The Messenger*, 11(2), 157. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v11i2.1210>
- Nel, A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Nur Afifa Agustin. (2023). Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktoshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 137–152. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2862>
- Nurfauzi, Y. (2023). Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Ramadan, I. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Universitas Jambi*.
- Ramayani, Y. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>
- Rulli, N. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama. .
- Rumondang, A., & Kusuma, A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, L., Yacob, S., & Musnaini, M. (2021). Effect Of Social Media Orientation On Marketing Performance Through Vilchic Brand Image. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(1), 49–54. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i1.16656>
- Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Afilliate Marketing Terhadap Willingnes To Buy Pada Marketplace Shopee Dengan Subjective Norm

- Sebagai Variabel Moderasi. *Publisher : Jurnal Strategi Pemasaran*, 9. <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- Ul Haq, Z. (2012). Affiliate marketing programs: A study of consumer attitude towards affiliate marketing programs among Indian users. *International Journal of Research Studies in Management*, 1(1). <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2012.v1i1.84>
- Vindy Zalfa, K., & Indayani, L. (2024). Analysis Of Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) And Affiliate MarkeAng On Purchasing Decision For Fashion Trend Productsi At The Shopee Marketplace (Case Study Of Shopee Users). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1291–1305. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Wijaya, A. (2020). Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Dalam Perspektif Theory of Planned Behavior. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11, 105–224. <https://ojs.unida.ac.id/index.php/JSH/index>
- Wilda Julianti, Andang Fazri, & Husni Hasbullah. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery-Cek Dulu (COD-Cek Dulu) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–150. <https://doi.org/10.55606/jimek.v4i1.2683>
- Wu, Y., & Huang, H. (2023). Influence of Perceived Value on Consumers' Continuous Purchase Intention in Live-Streaming E-Commerce—Mediated by Consumer Trust. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054432>
- Zhang, Q., Wang, Y., & Ariffin, S. K. (2024). Consumers purchase intention in livestreaming e-commerce: A consumption value perspective and the role of streamer popularity. *PLoS ONE*, 19(2 February). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296339>