

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, I., Maulida Antika, R., & Bhakti Pembangunan, S. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming Dan Diskon Harga Di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Di Jakarta Selatan). *Management Research And Business*, 1, 106–107.
- Agisnawati, A. (2021). *Engaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)*.
- Agus Wahyu Ningsih, N., Erida, & Yuniarti, Y. (2024). Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Marketplace Shopee. Dalam *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 12, Nomor 3).
- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha Di Kota Langsa* (Vol. 5, Nomor 1). Mei.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14, 18–20.
- Anim, A., Luh, N., & Indiani, P. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. 5(1). [Http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Manajemen](http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Manajemen)
- Ardian, R., & Sudrartono, T. (T.T.). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung*.
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Dahniar, S., Anugra, W., Sakinah, A., Febrianti, W., & Hasan, M. (2023). Utilization Of Tiktok Shop Interactive Features And Their Impact On Consumer Purchasing Decisions. *International Journal Of Asian Business And Management*, 2(6), 947–960. <https://doi.org/10.55927/Ijabm.V2i6.6891>
- Damayanti Mausul, C., Muhamad, D., & Ma'mun, S. (2024). *Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming Di Akun Media Sosial Tiktok @Imazanhijab)* (Vol. 3).
- Dwi Anjarini, A., Mulyapradana, A., Elshifa, A., & Administrasi Perkantoran, P. (2021). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm Jamaluddin*.
- Fakri, M. A., & Indra Astuti, S. (2023a). 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>

- Fakri, M. A., & Indra Astuti, S. (2023b). 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>
- Far, I., Tar, A., & November, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Onli Ne* (Vol. 1, Nomor 1).
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). The Influence Of Live Streaming And Customer Rating On Purchasing Decisions For Kenan Hijab On Tiktok. Dalam *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 5). [Http://journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej)
- Goodstats. (2024). *Produk Fashion Jadi Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di Online Shop*. [https://data.goodstats.id/statistic/Produk-Fashion-Jadi-Produk-Yang-Paling-Banyak-Dibeli-Di-Online-Shop-Wnrzx?Utm_Source=Chatgpt.Com](https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-wnrzx?utm_source=chatgpt.com)
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & F.Tamengkel, L. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*.
- Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 25–34. [https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25–34](https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34)
- Iqrimah, A. (2023, Oktober 10). *Deretan Fitur Tiktok Terbaru Yang Wajib Dicoba*. Beritasatu.Com. [https://www.Beritasatu.Com/Ototekno/1071210/Deretan-Fitur-Tiktok-Terbaru-Yang-Wajib-Dicoba](https://www.beritasatu.com/ototekno/1071210/Deretan-Fitur-Tiktok-Terbaru-Yang-Wajib-Dicoba)
- Islami, C. D., & Susanto,); (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 22(2), 215–226.
- Kalodata. (2024). *Tiktok Statistik 2024: Data, Tren, Dan Wawasan Pemasaran Yang Perlu Anda Ketahui*. Kalodata.Com. [https://www.Kalodata.Com/Id/Blog/2024/07/Tiktok-Statistik-2024-Data-Tren-Dan-Wawasan-Pemasaran-Yang-Perlu-Anda-Ketahui/](https://www.kalodata.com/id/blog/2024/07/tiktok-statistik-2024-data-tren-dan-wawasan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/)
- Kaniati, S. P., Sosianika, A., & Setiawati, L. (2024). Factors Driving Consumer Impulse Buying On Fashion Products At Tiktok Live. *Journal Of Marketing Innovation (Jmi)*, 4(1). <https://doi.org/10.35313/Jmi.V4i1.109>
- Katadata.Co.Id. (2024, Juli 17). *Indonesia Dan Thailand Penyumbang Terbesar Orderan Di Tiktok Shop*. [https://Katadata.Co.Id/Digital/E-Commerce/66974ae871beb/Indonesia-Dan-Thailand-Penyumbang-Terbesar-](https://katadata.co.id/digital/e-commerce/66974ae871beb/Indonesia-Dan-Thailand-Penyumbang-Terbesar-)

Orderan-Di-Tiktok-

Shop#:~:Text=Indonesia%20dan%20thailand%20menjadi%20penyumbang%20terbesar.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Adi Maulana & Yayat Sri Hayati, Ed.; 13 Ed.). Erlangga.

Lelyana Lidia Risti, M. M. C. (2022). Pengaruh Diskon Dan Penilaian Produk Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gofood. *Jurnal Distribusi*, 10, 11–18.

Maghfiroh, N., & Palupi, G. S. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Streaming Shopping Tiktok Pada Minat Pembelian. Dalam *Jeisbi* (Vol. 04).

Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung)* (Vol. 4, Nomor 2).

Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (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). Dalam *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 4). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)

Miftahul Janna, N., & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss*.

Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Jm*, 1, 13–24.

Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, Wiwik, & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran* (H. Wijoyo, Ed.). Insan Cendikia Mandiri.

Nanni, A., & Ordanini, A. (2024). Digital Signage For Promoting Price Discounts: First Insights Into Customer Spending On Distant And Nearby Discounted Products. *Journal Of Retailing*, 100(2), 186–198. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.05.004>

Nattino, G., Pennell, M. L., & Lemeshow, S. (2020). Assessing The Goodness Of Fit Of Logistic Regression Models In Large Samples: A Modification Of The Hosmer-Lemeshow Test. *Biometrics*, 76(2), 549–560. <https://doi.org/10.1111/Biom.13249>

- Oktavia Nurul Kumala, F., & Fageh, A. (2022). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 6(1). [Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Ecodemica](http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Ecodemica)
- Permadi, C., & Gifari, A. (2022). Penggunaan Fitur Media Sosial Live Dan Ads Dalam Promosi Produk Bisnis. Dalam *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 4, Nomor 3).
- Populix. (2023). *Pengaruh Konten Promosi Di Tiktok Terhadap Pembelian Produk Fashion*. Populix.
- Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2).
- Rolando, B., Chie, Y., & Yen, O. (2024). Decoding The Tiktok Effect: Influencers, Social Media, And Content Marketing Impact On Consumer Purchases. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 5(3), 299–310. <https://doi.org/10.47065/jbe.V5i3.5603>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.V4i5.931>
- Sari, I. N. (2023, Maret 6). *Sejarah Tiktok Dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia*. Kata Data.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Sinta Puspita Sari, Muhammad Rizal Fadilah, Rul Fahmi, & Ricky Firmansyah. (2023). Analisis Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Sishop_Id Pada Fitur Live Di Aplikasi Shopee. *Student Research Journal*, 1(3), 176–189. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.V1i3.329>
- Statista. (2024). *Nilai Transaksi Pasar Fashion Online Di Indonesia*.
- Sutisna, I. (2020). *Statistika Penelitian*.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2).

- Unisma, F. E., Shoffi'ul Auli, O. :, Ridwan Basalamah, M., & Millannintyas, R. (2021). *E-Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. Wwww.Fe.Unisma.Ac.Id
- Usmadi. (2020). *Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas)*. 07, 58.
- Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). *Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift Dan Diskon Pada Media Social Tiktok*. 1–3.
- Wicaksana, A. H., & Nuswantoro, U. D. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Influencer Marketing Dan Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Kota Semarang*. 2(7), 69–78. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i7.1823>
- Widjaya, E., Srikandi, P., & Yulianto, K. E. (2016). *Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)*.
- Yang, G., Chaikasoonthorn, W., & Chaveesuk, S. (2024). Exploring The Influence Of Live Streaming On Consumer Purchase Intention: A Structural Equation Modeling Approach In The Chinese E-Commerce Sector. *Acta Psychologica*, 249. <https://doi.org/10.1016/J.Actpsy.2024.104415>
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/jhi>
- Yuniarti, Y. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*.
- Yuniarti, Y., Imastary Tan, M., Perdana Siregar, A., & Ikhsan Syukri Amri, A. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk Uniqlo. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 3(3), 321–327. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V3i3.596>