

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. alfabeta.cv.
- Alvara Research Center. (2022). GEN Z: MILLENNIAL 2.0? Perbedaan Karakter dan Perilakunya. *Alvara Beyond Insight*, 1–42. <https://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2022/06/GEN-Z : -MILLENNIAL-2.0 ? -Perbedaan-Karakter-dan-Perilakunya.pdf>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, M. A., Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, D. S. P., & Amrin Mulia Utama, Syahputra, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (Ed.)). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Aulia, Q., & Riva'i, A. R. (2024). Pengaruh Price Discount, Online Customer Rating, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 364–376. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Az-Zahra, Q. shonia, Putri, S. ika, Kinanti, lintang anis bena, Manurung, mona tiorina, & Gilang kharisma putra. (2023). *digital Marketing* (M. . miftahurrahmah (Ed.); 1st ed.). penamuda.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribuan-jiwa-.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Jambi. (2024). *No Title*. <https://jambikota.bps.go.id/id>
- Bahwiyanti, J., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Dewi Mart Sultan Adam Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(3), 355–367.
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>
- Darwin, M., Mamondol, marianne reynelda, Sormin, salman alparis, Nurhayati, Y., Tambunan, H., Adnyana, i made dwi mertha, Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, antonius adolf. (2021). *metode penelitian pendekatan kuantitatif* (toman sony tambunan (Ed.)). media sains indonesia.
- Desmawan, D., Fitrianiingsih Fitrianiingsih, Rizka Falah S., Drajat, N. A., Diani, N. W., & Marlina, S. (2023). Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Tangerang Tahun 2019-2020. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 150. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/1543>
- Dewi, I. A. K., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). *Pengaruh Harga dan Promosi Live Streaming*. 5(3).
- Faritzal, A., & Aryani, W. C. P. (2023). *The Influence of Brand Ambassador and Price*

- Discount on Consumer Purchase Intention in E-Commerce Shopee (Case Study on Shopee Users in Bandung City). Ilomata International Journal of Management*, 4(1), 118–132. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i1.672>
- Faudhina, D. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WI-FI (STUDI PADA MASYARAKAT KELURAHAN MEKAR MULYA BANDUNG). *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). *Ecodemica : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Bisnis Pengaruh Live Video Streaming Tiktok , Potongan Harga , dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pendahuluan*. 7(2), 218–225.
- Fortune Business Insights. (2024). *Ukuran Pasar Kosmetik, Pangsa & Analisis Industri, Berdasarkan Kategori (Perawatan Rambut, Perawatan Kulit, Rias Wajah, dan Lainnya), Berdasarkan Jenis Kelamin (Pria dan Wanita), Berdasarkan Saluran Distribusi (Toko Khusus, Hypermarket/Supermarket, Salura*. https://www-fortunebusinessinsights-com.translate.google/cosmetics-market-102614?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Fortune Business Insights mengatakan bahwa,akan mendorong adopsi produk ini.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Hardiyanto, D. Y. (2024). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW , DISKON , DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI TERHADAP PENGGUNA E-*. 2(8), 765–778.
- Hongdiyanto, C., Hartono, W., Ongkowijoyo, G., & Saputra /, V. (2020). The Effect of Discount and Promotion towards Customer Purchase Intention in Online Shop 1. *Journal of Wellbeing Management and Applied Psychology*, 3(3), 21–30.
- Ika, D., Jalantina, K., & Minarsih, M. M. (2024). *Economics and Digital Business Review Live Streaming On The Shopee E-Commerce Platform As A Promotional Strategy To Create Consumer Impulse Buying*. 5(2), 796–806.
- Ilham Ramadhan. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN DISKON TERHADAP SKRIPSI Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Disusun Oleh : ILHAM RAMADHAN NIM : C1B020107 PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen (Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amanda Setiorini etc.) (Z-Library)*.
- Kementrian Bidang Perekonomian Indonesia. (2024). *hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy @ www.ekon.go.id. Www.Ekon.Go.Id*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Ki, O. (2020). *Journal of Retailing and Consumer Services The effect of specific discount pattern in terms of price promotions on perceived price attractiveness and purchase intention : An experimental research*. 55(December 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102112>

- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.
- Kumparan. (2023). *memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-*. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-20fzAl9OVV7/2>
- Kurniawaty, J. B. (2024). NASIONALISME DI ERA DIGITAL : TANTANGAN DAN PELUANG BAGI GENERASI Z INDONESIA Nationalism in the Digital Era : Challenges and Opportunities for Indonesia ' s Generation Z. *Jagaddhita*, 3(2), 1–9.
- Lu, B., & Chen, Z. (2021). Information & Management Live streaming commerce and consumers ' purchase intention : An uncertainty reduction perspective. *Information & Management*, 58(7), 103509. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103509>
- Lu, Y., & Siegfried, P. (2021). E-Commerce Live Streaming – an Emerging Industry in China and a Potential Future Trend in the World. *ACC Journal*, 27(2), 73–89. <https://doi.org/10.15240/tul/004/2021-2-007>
- madamegie.com*. (2024). <https://madamegie.com/>
- Marcomm. (2023). *Live Shopping dan Elemen Penting di Dalamnya*. Jet Commerce. <https://jetcommerce.co.id/update/elemen-penting-live-shopping/>
- Monroe, L., Duan, S., Zhao, Y., Lü, K., & Chen, S. (2021). Journal of Retailing and Consumer Services The impact of online celebrity in livestreaming E-commerce on purchase intention from the perspective of emotional contagion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(December 2020), 102733. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102733>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 343–350.
- Nilawardhani, F. D., Suharto, B., Pengembangan, M., Daya, S., Pascasarjana, S., Airlangga, U., & Surabaya, K. (2024). Strategi Pemasaran Langsung Melalui Live Streaming di Platform Shopee. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 432–443.
- Nuriana, D., Rizkiyah, I., Efendi, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Generasi Baby Boomers (Lanjut Usia) Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23117>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Pradana, M. (2015). *KLASIFIKASI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA*. 27(2), 163–174.
- Prastiwi, E., & Widayanti, R. (2019). Analisis Standar Mutu, Diskon dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro. *Edunomika*, 03(01), 338.
- Pratama, A., Putra, Y., Layla, A., Hilwana, Z., Al, M. F., Hafiz, M. Z., & Maesaroh, S. S. (2023). Yang meneliti mengenai pengaruh siaran langsung dan konten promosi

terhadap minat beli mahasiswa bisnis digital upi di tiktok shop di mana dapat ditarik kesimpulan bahwa live streaming tidak mempengaruhi minat beli dikarenakan pengguna tiktok shop cenderung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 06(1), 1–21.

Putra, Y. S. (2019). THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

rahmah, nadhiyatul. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING PENJUALAN, HASHTAG DAN KONTEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN DI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Konsumen Di Solo Raya)*.

Riyanto, dwi putra. (2025). *andi.link*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

Roza, S., Octavia, A., & Sriayudha, Y. (2023). E-Commerce purchase intention model with consumer reviews, trust, and risk as predictors of MSMEs culinary products. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(1), 147–156. <https://www.dinastipub.org/DIJDBM/article/view/1606%0Ahttps://www.dinastipub.org/DIJDBM/article/download/1606/1105>

Sabrina, S., Andari, B., Sadeli, N. H., Halembo, A., & Zalika, A. (2024). Pengaruh Internet Terhadap Dinamika Sosial. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(4), 174–178.

Satria, A. adi. (2017). *TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36*. 2(April).

setiadi, j nugroho. (2015). *perilaku konsumen*. prenada media group.

siallagan, F. (2023). *Survei Populix: Shopee Live, Platform Live Streaming Paling Sering Digunakan untuk Belanja Online*. Indopos.Co.Id. <https://www.indopos.co.id/ekonomi/2023/06/10/survei-populix-shopee-live-platform-live-streaming-paling-sering-digunakan-untuk-belanja-online/>

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. cv.pustaka abadi.

Sugiyono. (2022). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D* (2nd ed.). alfabeta.cv.

Sujarweni, V. wiratna. (2021). *SPSS untuk penelitian* (Florent (Ed.)). pustaka baru press.

Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2020). *Electronic Commerce Research and Applications A 2020 perspective on “ How live streaming in fl uences purchase intentions in social commerce : An IT a ff ordance perspective .”* 40(February), 10–11. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100958>

Tukidi, Adhani, I., & Antika, R. M. (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 Journal*, 1(2), 103–119. <http://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/reslaj/article/view/1319%0Ahttps://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/reslaj/article/download/1319/1513>

- Utami, S. H., & Aini, Y. (2020). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecaamatan Kepenuhan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 120.
- Wahyuni, D. (2020). *PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SUZUYA MALL KOTA BANDA ACEH*. 2507(February), 1–9.
- We are social. (2025). *Digital 2025: Panduan penting untuk keadaan digital global*. <https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Zahro, N. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Produk Wardah Di Kota Malang(Studi Kasus Wardah Official Shop Di Shopee)*.
- Zhang, M., Qin, F., Wang, G. A., & Luo, C. (2019). The impact of live video streaming on online purchase intention. *The Service Industries Journal*, 0(0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>
- Zulfikar, R., SARI, F. P., FATMAYATI, A., WANDINI, K., HARYATI, T., JUMINI, S., NURJANNAH, ANNISA, S., KUSUMAWARDHANI, O. B., & MUTIAH, R. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF (TEORI, METODE, PRAKTIK)* (E. DAMAYANTI (Ed.)). Widina Media Utama.