

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, L., & Mulyana, R. (2022). Pemodelan Nilai Teknologi Informasi Menggunakan Structural Equation Modeling (Sem). *Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika*, 07, 469–477. <https://doi.org/https://doi.org/10.29100/jipi.v7i2.2825>
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3, 77–78. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/>
- Afra, M., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen The Originote Hyalucera Moisturizer Di Tik Tok Shop Dki Jakarta. *Ekoma: Jurnal Ekonomi*, 3(6). [https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/383923810\\_pengaruh\\_harga\\_promosi\\_dan\\_kualitas\\_produk\\_terhadap\\_keputusan\\_pembelian\\_pada\\_konsumen\\_the\\_originote\\_hyalucera\\_moisturizer\\_di\\_tik\\_tok\\_shop\\_dki\\_jakarta](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/383923810_pengaruh_harga_promosi_dan_kualitas_produk_terhadap_keputusan_pembelian_pada_konsumen_the_originote_hyalucera_moisturizer_di_tik_tok_shop_dki_jakarta)
- Ainiyyah, A. N., Gushevinalti, & Makhrian, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dalam Live Streaming Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengikut Akun Meyriana Raja Gukguk Di Facebook). *Jurnal Kaganga*, 7(1).
- Allstars. (2024, April 15). *Live Shopping: Cara Baru Belanja Di Era Digital*. Allstars.Id. <https://www.allstars.id/blog/2024/04/15/live-shopping-tren-belanja-masa-kini-yang-mendunia/>
- Amali, M. A. (2023, December 30). *Tiktok Dan Tokopedia Bersatu, Apa Dampaknya?* Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. <https://arek.its.ac.id/hmsi/2023/12/30/tiktok-dan-tokopedia-bersatu-apa-dampaknya/#:~:Text=Pada%20tanggal%2011%20desember%202023,E%2dcommerce%20terbesar%20di%20indonesia>
- Amihi, D., Lengkong, F. D., & Londa, V. (2019). Interaksi Sosial Anggota Dewan Dalam Penyusunan Peraturan Daerah Dprd Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Aulia, R. N., & Harto, B. (2024). Membangun Keterlibatan Konsumen Melalui Strategi Konten Marketing Dalam Live Streaming: Analisis Kualitatif Terhadap Brand Yang Berhasil Di Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5721–5736.
- Ayang Iswenda, B. (2024, March 28). *Platform Belanja Online Yang Paling Disukai Masyarakat Saat Ramadan*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/platform-belanja-online-yang-paling-disukai-masyarakat-saat-ramadan-lgka9>
- Ayu Tirtayani, I. G., & Gde Indra Wedhana Purba, I. B. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Live Streaming Shopping: Studi Terhadap Generasi Z Di Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(6), 1093–1102. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/>

- Baharuddin. (2021). *Pengantar Sosiologi* (S. Arifin, Ed.). Sanabil.
- Baihaqi, B. (2023, May 27). *Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023*. Neraca.Co.Id. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>
- Bpom. (2022). *Pemberitahuan Telah Dinotifikasi* (Issue 23). [https://notifikos.pom.go.id/upload/surat\\_notifikasi/surat-notifikasi-na11220200098.pdf](https://notifikos.pom.go.id/upload/surat_notifikasi/surat-notifikasi-na11220200098.pdf)
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3, 3. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Devana Suandi, C., & Djakasaputra, A. (2024). Antecedent and Consequence of Social Interaction in Purchase Decision: Gen Z Tokopedia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 06, 292–299.
- Diva, D., Tinneke, D., Tumbel, M., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Dio Dea Telecell. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 6).
- Dwi Arrohma, R., & Istiyanto, B. (2023). Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Diskon Harga, Online Customer Review Saat Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 1(3), 22–35. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i3.266>
- Dwi Putri, M. R. (2023, October 18). Transaksi Somethinc Naik 14 Kali Lipat Di Shopee 10.10 Brands. *Antaranews.Com*. <https://www.antaranews.com/berita/3778857/transaksi-somethinc-naik-14-kali-lipat-di-shopee-1010-brands>
- Dwiastono, R. (2022, September 9). *Berjualan Lewat Live Streaming Tiktok: Apakah Ini Masa Depan Online Shopping?* Voaindonesia.Com. <https://www.voaindonesia.com/a/berjualan-lewat-live-streaming-tiktok-apakah-ini-masa-depan-online-shopping-/6737682.html>
- Eka Ramadanti Amin, D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Edunomika*, 07, 6–7.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Fauzi, M. A. (2022). Partial Least Square Structural Equation Modelling (Plssem) In Knowledge Management Studies: Knowledge Sharing In Virtual Communities. *Knowledge Management And E-Learning*, 14(1), 103–124. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.007>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Bukukomunikasipemasaran*. Cv. Penerbit Qiara Media.

- Fitrah Habibullah, M. (2024, June 22). Shopee Live Pilihan Utama Umkm & Brand Lokal, Dongkrak Transaksi Signifikan Di Semester Pertama 2024. *Serambinews.Com*. <https://Aceh.Tribunnews.Com/2024/06/22/Shopee-Live-Pilihan-Utama-Umkm-Brand-Lokal-Dongkrak-Transaksi-Signifikan-Di-Semester-Pertama-2024>
- Furianto, D., & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Live Streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares : Regression & Structural Equation Models*. Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (8th Ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibi, A., & Zahratul Husna, U. (2024). Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Shop Dope And Adapt Melalui Live Streaming Di Tiktok Shop. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(4), 310–322. <https://doi.org/10.59141/Cerdika.V4i4.778>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered)
- Hardikasari, I. (2024, July 11). *The Originote Untuk Umur Berapa? Cek Sebelum Fix Beli*. [Herbaleaf.Id](https://herbaleaf.id/the-originote-untuk-umur-berapa/). <https://herbaleaf.id/the-originote-untuk-umur-berapa/>
- Hidayat, A. (2021). *Tutorial Partial Least Square Dalam Pls Sem Menggunakan Smartpls*. [Statistikian.Com](https://www.statistikian.com). <https://www.statistikian.com/2021/04/tutorial-partial-least-square-dalam-pls-sem.html>
- Hidayat, K. (2023, June 10). Live Shopping Jadi Tren Belanja Online, Platform E-Commerce Mana Yang Paling Populer? *Kontan.Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/live-shopping-jadi-tren-belanja-online-platform-e-commerce-mana-yang-paling-popular>
- Hutajulu, F., & Randyantini, V. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt Yakult Indonesia Persada Di Bekasi Barat. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8216381>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indriyani, T., & Helina, R. (2021). Makna Interaksi Host Dengan Penonton Saat Live Streaming Di Aplikasi Uplive. In *Jurnal Profesional Fis Unived* (Vol. 8, Issue 2).
- Irfan Syahroni, M. (2023). Analisis Data Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa Stit Al-Aziziyah Lombok Barat*, 3(3), 5–6.
- Karim, R. (2023, March 18). *Pengertian Objek Penelitian: Jenis, Prinsip Dan Cara Menentukan*. [Deepublishstore.Com](https://deepublishstore.com). <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-objek-penelitian/>

- Kusuma Dewi, I. A., & Arta Jaya Kusuma, P. S. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Live Streaming Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pembelian Produk Di Tiktok Shop. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(3), 2745–7257.
- Leonindhira, A. G., Zefanya, A. N., Tita, D. A., Adjisani, K. M., & Zuhri, S. (2024). Interaksi Lobi Dan Negosiasi Dalam Pemasaran Live Streaming Media Sosial Tiktok: Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @Pucelleid. *Journal Of Internet And Software Engineering*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i3.2579>
- Lolita Hartono, O. (2024, March 15). Dr. Richard Lee Respect Pada The Originote Yang Mengakui Dugaan Overclaim. *Hops.Id*. <https://www.hops.id/fit/29412156666/Dr-Richard-Lee-Respect-Pada-The-Originote-Yang-Mengakui-Dugaan-Overclaim>
- Maharani, A. A., Sukono, F. I. F., Wiet, V. D., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Semarang. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 4, 254–255. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika>
- Marcomm. (2023, February 1). *Semua Yang Perlu Anda Ketahui Tentang Tiktok Live Shopping*. *Jetcommerce.Co.Id*. <https://jetcommerce.co.id/update/semua-tentang-tiktok-live-shopping/>
- Maslucha, L., & Ajizah, N. (2023). Pengaruh Live Streaming Tiktok, Brand Minded, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scincare Scarlett (Study Pada Followers Tiktok Scarlett Di Indonesia). *Mufakat : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 912–922.
- Maulidya Nurivananda, S., & Fitriyah, Z. (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) 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*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Miva, F. H. (2022). Pagaruh Lingkungan Sosial, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Item Game Mobile Legends Pada Komunitas Mobile Legends Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 17–18.
- Monicha, A., Sania, F., & Febriana, P. (2023). Live Streaming Tiktok Meningkatkan Penjualan Dan Keterlibatan Merek Di Indonesia. In *Converse: Journal Communication Science* (Issue 1).
- Mulia Putri, V. K. (2022, January 14). Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/14/110000469/Keputusan-Pembelian-Dalam-Perilaku-Konsumen>

- Nada Fitriana, A. (2020, November 6). *Skincare: Berawal Gengsi Berujung Korupsi*. Rahma.Id. <https://Rahma.Id/Skincare-Berawal-Gengsi-Berujung-Korupsi/>
- Najla, N., Malik Akbar Rohandi, M., & Saraswati, N. (2024). *Bandung Conference Series: Business And Management Pengaruh Brand Ambassador Stray Kids Dan Interaksi Sosial Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Nacific Indonesia*. <https://doi.org/10.29313/Bcsbm.V4i1.10459>
- Nastiani, R. D. (2024, February 23). *Kelebihan Dan Kekurangan Penggunaan Jasa Live Streaming*. Okocenews.Com. <https://www.okocenews.com/pemasaran-digital/42011959780/kelebihan-dan-kekurangan-penggunaan-jasa-live-streaming>
- Nasution, T., & Lubis, R. (2023). *Studi Masyarakat Sosial* (M. Suardi, Ed.). Cv Azka Pustaka.
- Natalia. (2024, May 13). *Apa Itu Psikologi Harga? Bagaimana Cara Menerapkannya?* Accurate.Id. <https://accurate.id/bisnis-ukm/harga-psikologi/>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.). Pt. Nasya Expanding Management.
- Nuraini, R. (2024, September 28). *Hadirnya Tiktok Shop Yang Menawarkan Kemudahan Dalam Berbelanja Dan Bertransaksi Secara Online*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/reninuraini2764/66f7bd7034777c4f06475e82/hadirnya-tiktok-shop-yang-menawarkan-kemudahan-dalam-berbelanja-dan-bertransaksi-secara-online>
- Nursalam, & S. Adang Djaha, A. (2023). Pelatihan Pembuatan Kuesioner Penelitian Bagi Mahasiswa Prodi Administrasi Negara Fisip Universitas Nusa Cendana. *Jdistira (Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat)*, 3, 28–30.
- Nurul Utami, S. (2021, June 15). *Teknologi Informasi Digital: Pengertian, Lingkup Kerja, Kelebihan Dan Kekurangan*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/15/152219769/teknologi-informasi-digital-pengertian-lingkup-kerja-kelebihan-dan?page=all>
- Pamungkas, T. L. J., & Nugroho, R. (2021). Motivasi Belajar Peserta Didik Terhadap Pembelajaran Daring Pada Program Pendidikan Kesetaraan Paket B Di Upt Skb Cerme Gresik. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua*, 05(1), 24–37.
- Pragosep, I. A., & Dharma Laksana, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Idexpress Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 13928–13936.
- Pranadewi, A., Komariah Hildayanti, S., & Emilda. (2024). Pengaruh Live Streaming, Harga Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(1), 2745–7257.

- Pratama, R. B. (2023, September 26). *10 Komoditas Paling Laris Di Tiktok Shop: Produk Kecantikan Hingga Dalamn Pria*. Kumparan.Com. <https://Kumparan.Com/Kumparanbisnis/10-Komoditas-Paling-Laris-Di-Tiktok-Shop-Produk-Kecantikan-Hingga-Dalamn-Pria-21gjtngxnlpy/Full>
- Purwadinata, S., & Kurniawan, M. F. (2024). Pengujian Efek Flash Sales Dan Promosi Live Streaming Terhadap Minat Beli Online Mahasiswa Universitas Samawa. *Samalewa (Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen)*, 1, 118–130. [Http://E-Journalppmunsa.Ac.Id/Index.Php/Samalewapp.118-130](http://E-Journalppmunsa.Ac.Id/Index.Php/Samalewapp.118-130)
- Purwanti, T. (2024, June 22). Fitur Interaktif Shopee Live, Buat Bisnis Umkm & Brand Lokal Kian Kuat. *Cnbc Indonesia*. <https://Www.Cnbcindonesia.Com/Tech/20240621232405-37-548334/Fitur-Interaktif-Shopee-Live-Buat-Bisnis-Umkm-Brand-Lokal-Kian-Kuat>
- Putri, N. P. R. D., & Yulianthini, N. Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Panamena Coffee & Eatery. *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Qu, Y., Cieřlik, A., Fang, S., & Qing, Y. (2023). The Role Of Online Interaction In User Stickiness Of Social Commerce: The Shopping Value Perspective. *Digital Business*, 3(2). <https://Doi.Org/10.1016/J.Digbus.2023.100061>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Seiko : Journal Of Management & Business Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Surabaya. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://Doi.Org/10.37531/Sejaman.V6i1.2451>
- Ramadhan, A. T., & Hilwa, W. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tiktok Shop Di Kota Depok). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 133–725334. <https://Doi.Org/10.62108/Great.V1i1.683>
- Ranaa, N. A., Dirgantara, I. M. B., & Aryandika, A. A. (2023). Pengaruh Social Presence Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Siaran Langsung Tiktok Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Merek Somethinc). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(3). <http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr>
- Ranti, S. (2023, September 26). *Social Commerce Dan E-Commerce, Apa Bedanya? Begini Penjelastannya*. Kompas.Com. <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2023/09/26/14150097/Social-Commerce-Dan-E-Commerce-Apa-Bedanya-Begini-Penjelastannya?Page=All#:~:Text=Soffya%20ranti&Text=Kompas.Com%20%2d%20kementerian%20perdagangan%20indonesia,Dalam%20aplikasi%20media%20sosial%20tiktok.&Text=Dalam%20revisi%20peraturan%20nantinya%2c%20akan,Kegiatan%20transaksi%20atau%20jual%20beli>

- Rasta, B. B., & Sumardijati. (2024). Komunikasi Persuasif Dalam Fitur Tiktok Live Streaming Pada Perilaku Impulsive Buying Generasi Z. *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(9), 9679–9681. [Http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id](http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id)
- Razak, A., Maulidaini, S., Mustofa, A., Suraiya, N., & Anggraini, I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9, 136–146. [Http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/](http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/)
- Rea. (2023, January 11). Puncak Kampanye 7.7 Shopee Live Catat Transaksi Sampai 12 Kali Lipat. *Cnnindonesia.Com*. [Https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230711112634-97-971954/puncak-kampanye-77-shopee-live-catat-transaksi-sampai-12-kali-lipat](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230711112634-97-971954/puncak-kampanye-77-shopee-live-catat-transaksi-sampai-12-kali-lipat)
- Regina Jacob, D. (2024). Live Streaming Tiktok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 2024. [Https://doi.org/10.35870/jti](https://doi.org/10.35870/jti)
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas Jurnal Manajemen, Organisa Dan Bisnis*, 13(1), 50–55.
- Rifqi Firdaus, M. (2021, December 24). Pemanfaatan Digital Marketing Di Era Digitalisasi. *News.Bsi*. [Https://news.bsi.ac.id/2021/12/24/pemanfaatan-digital-marketing-di-era-digitalisasi/](https://news.bsi.ac.id/2021/12/24/pemanfaatan-digital-marketing-di-era-digitalisasi/)
- Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2).
- Rosariana, B. (2021, September 28). *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* *Kemenkeu.Go.Id*. [Https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/generasi-milenial-dan-generasi-kolonial.html#:~:text=Adapun%20gen%20z%2c%20merupakan%20generasi,Berusia%2024%2d39%20tahun](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/generasi-milenial-dan-generasi-kolonial.html#:~:text=Adapun%20gen%20z%2c%20merupakan%20generasi,Berusia%2024%2d39%20tahun)
- Salmaa. (2022, April 19). *Definisi Operasional: Ciri, Contoh, Cara Menyusunnya*. *Deepublish.Com*. [Https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/](https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/)
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2024). *Strategi Pemasaran Melalui Fitur Live Streaming Instagram* (F. Utami, Ed.). Penerbit Widina Media Utama. [Www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(2), 442–452. [Https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353](https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353)
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen ( Studi Kasus Thrift Shop Di Kabupaten Tulungagung ). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. [Https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759](https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759)

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi, Ed.). Penerbit Samudra Biru.
- Secha, J., & Sumardjijati. (2024). Penggunaan Fitur Live Streaming Tiktok Pada Perilaku Impulsive Buying Dewasa Muda Kota Surabaya. *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(5), 4893. [Http://Jiip.Stkiyapisdmpu.Ac.Id](http://Jiip.Stkiyapisdmpu.Ac.Id)
- Sepdwinta Putra, Y. (2023, July 8). Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen: Pembelian Online. *Kompasiana.Com*. <https://www.kompasiana.com/yeremiasp/64a92d4e08a8b511ac09a8a2/faktor-yang-mempengaruhi-proses-pengambilan-keputusan-konsumen-pembelian-online>
- Setyanugraha, R. S., Asriandhini, B., & Nur Amalia, Z. (2024). Fenomena Pengguna Aplikasi Live Streaming Mango Live Di Kalangan Mahasiswa. *Dfame Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 2(1), 7–14. <https://doi.org/10.61434/dfame.v2i1.144>
- Setyowati, D. (2024, January 15). *Live Streaming Shopee Dan Tiktok, Mana Yang Lebih Dipilih Seller?* Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/65a4e829ee171/live-streaming-shopee-dan-tiktok-mana-yang-lebih-dipilih-seller>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (Jimt)*, 5(3), 137. <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>
- Siddik, R., Roswaty, & Meilin Veronica. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna Dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi Tiktok. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1048–1058. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2251>
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi Smartpls Untuk Statistisi Pemula*. Pt Dewangga Energi Internasional. <https://www.researchgate.net/publication/359505749>
- Snapcart. (2023, May 22). *Local Or Imported Beauty Products, Which Interests Indonesians Most?* Snapcart.Global. <https://snapcart.global/local-or-imported-beauty-products-which-interests-indonesians-most/>
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar* (1st Ed., Vol. 44). Jakarta : Pt Rajagrafindo Persada.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5, 64–66.



- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The Effect Of Live-Streaming Shopping On The Consumer's Perceived Risk And Purchase Intention In China. In *Leibniz-Informationzentrum Wirtschaft*. <https://hdl.handle.net/10419/238054>
- Song, L., & Licoppe, C. (2024). Noticing-Based Actions And The Pragmatics Of Attention In Expository Live Streams. Noticing 'Effervescence' And Noticing-Based Sequences. *Journal Of Pragmatics*, 226, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2024.04.001>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo, Ed.; 2nd Ed., Vol. 1). Alfabeta.
- Sukmawati, B. F., Handini, Y. D., & Karyadi, H. (2023). Pengaruh Live Streaming Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Babe\_Boku Di Bondowoso. *Publisher: Departement Of Bussiness Administration, Faculty Of Social And Political Science, University Of Jember*, 11(2), 143–144.
- Sun, Z., Fu, S., & Jiang, T. (2022). Gain-Framed Product Descriptions Are More Appealing To Elderly Consumers In Live Streaming E-Commerce: Implications From A Controlled Experiment. *Data And Information Management*, 6(4). <https://doi.org/10.1016/j.dim.2022.100022>
- Talakua, P., Maipauw, M. M., & Hetharie, R. Y. (2024). Efektifitas Penggunaan Google Form Untuk Media Evaluasi Penilaian Tes Tengah Semester. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(1), 324–332. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i1.5868>
- Tantomi, I. (2023, September 10). *Streaming Jualan Di Shopee Live, Penjualan Merek Lokal True To Skin Melesat Dua Kali Lipat*. Fimela.Com. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/5393655/streaming-jualan-di-shopee-live-penjualan-merek-lokal-true-to-skin-melesat-dua-kali-lipat>
- Tempo. (2024, January 19). *Ini Besar Umr Jakarta 2024 Dan Wilayah Jabodetabek Terbaru*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/ekonomi/ini-besaran-umr-jakarta-2024-dan-wilayah-jabodetabek-terbaru-96116>
- The Originote. (2024, September 18). *Siaran Langsung Merek The Originote Pada Platform Tiktok Sop*. Tiktok.Com. [https://www.tiktok.com/@theoriginote?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc](https://www.tiktok.com/@theoriginote?is_from_webapp=1&sender_device=pc)
- Tian, Y., & Frank, B. (2024). Optimizing Live Streaming Features To Enhance Customer Immersion And Engagement: A Comparative Study Of Live Streaming Genres In China. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103974>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan* (1st Ed.). Andi.
- Trinoviana, A. (2024, August 12). *Raih Peningkatan Pesanan 30 Kali Lipat Lewat Shopee Live, Ini Kisah Sukses Dorskin*. Inews.Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/raih-peningkatan-pesanan-30-kali-lipat-lewat-shopee-live-ini-kisah-sukses-dorskin>

- Uršič, D., & Čater, T. (2024). Exploring The Role Of Digital Innovation In Management And Business Literature: A Bibliometric Analysis. *Procedia Computer Science*, 237, 874–881. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.05.176>
- Wahyuni, D. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Exelca Seduh Di Warung Pojok Wonosalam Jombang. *Jpekbm (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 3(2), 29. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v3i2.1472>
- Wang, L., Zhang, R. S., & Zhang, C. X. (2024). Live Streaming E-Commerce Platform Characteristics: Influencing Consumer Value Co-Creation And Co-Destruction Behavior. *Acta Psychologica*, 243. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104163>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0* (E. Setiawan, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Willany Telaumbanua, S., & Deliyana Firmialy, S. (2024). Analisis Pengaruh Price Perception Terhadap Impulse Buying Dengan Perceived Risk Sebagai Moderator Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Shopee Live Streaming) Di Jawa Barat. *Ekuilnomi : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 2614–7181. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v6i2.1113>
- Windiana, M. (2022, September 19). *Contoh Gimmick Yang Cocok Untuk Pemasaran Media Sosial*. Seller.Bukalapak.Com. <https://seller.bukalapak.com/info/blog/seller-guide/119418-contoh-gimmick-yang-cocok-untuk-pemasaran-media-sosial>
- Yanthi, V. V., & Azeharie, S. (2024). Pengaplikasian Strategi Dan Teknik Komunikasi Persuasif Pada Live Shopping Tiktok. *Prologia*, 8(1), 230–239.
- Yi, Q., Khan, J., Su, Y., Tong, J., & Zhao, S. (2023). Impulse Buying Tendency In Live-Stream Commerce: The Role Of Viewing Frequency And Anticipated Emotions Influencing Scarcity-Induced Purchase Decision. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103534>
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.648>
- Zare Ebrahimabad, F., Yazdani, H., Hakim, A., & Asarian, M. (2024). Augmented Reality Versus Web-Based Shopping: How Does Ar Improve User Experience And Online Purchase Intention. *Telematics And Informatics Reports*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100152>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (R. A. Kusumajaya, Ed.; 1st Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.