

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*.  
<https://media.neliti.com/media/publications/278576-live-video-streaming-sebagai-bentuk-perk-39e752ee.pdf>
- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 5(2).
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 2301–9271.  
<https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/73923/6793>
- Badan Pusat Statistik. (2022a). *Persentase Rumah Tangga yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah 2019-2021*.  
<https://www.bps.go.id/indicator/2/398/1/persentase-rumah-tangga-yang-pernah-mengakses-internet-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-provinsi-dan-klasifikasi-daerah.html>
- Badan Pusat Statistik. (2022b). *Persentase Rumah Tangga yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah 2019-2021*.
- cnnindonesia.com. (2023). *Viral, SKINTIFIC Skincare Paling Diburu dan Raih Banyak Penghargaan*. cnn indonesia.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Pustaka Pelajar.
- Dirgantara, M. (2019). *PENGARUH DISKON HARGA TERHADAP*

*KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MATAHARI  
DEPARTEMEN STORE MALL PANAKUKANG DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI KOTA MAKASSAR.  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR.*

- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *Universitas Gunadarma Jurnal*, 16(4).  
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/download/6927/2599>
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV. Andi.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021a). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos :Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1).
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021b). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos :Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1).  
<https://jurnalpertanianumpar.com/index.php/economos/article/view/775/409>
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021c). COVID-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos :Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1).
- Febria, M. F., Setiawan, F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Indonesia). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6).
- Febriani, I. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cheese Chicken Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 831–839.
- Fikri Kurniawan. (2021). *Geser Facebook, TikTok Jadi Nomor 1 Aplikasi Paling Populer di Dunia*. idxchannel.com.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro:
- Gultom. (2021). Peran Mediasi Brand Satisfaction Pada Pengaruh Selfcongruity

- Terhadap Brand loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 72–76.
- Haimson, & Tang. (2017). What Live, makes live events engaging on Facebook Periscope, and Snapchat. *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 48–60.
- Hair, J. F., JR, R. E., Anderson, R. Lt., & C, B. W. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7 ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2).
- Handayani. (2020). *metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. trussmedia grafika.
- Hasanah, A., & Kosasih. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Promosi Menggunakan Aplikasi Titok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora Pada Marketplace Shopee Title. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 103–114.
- Hasibuan, Z., & Ramadhani, S. (2022). Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk Pada Fitur Tiktok Shop (Study Pada Pelanggan Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa/I Medan). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12).
- Heriyanto. (2021). Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 1–14.
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi*, 11(2).
- Kapriani, K., & Ibrahim, I. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2).
- <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/2050/1350>
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Lestari, G. D., & Parjono. (2018). Pengaruh Potongan Harga Dan Suasana Toko

- Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Pulorejo Kota Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Unesa*.
- Leyley, W. Ilexi, Pratama, W. C., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMA)*, 3(1). <http://jema.unw.ac.id/index.php/jema/article/view/67/24>
- Lisindawati, Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *JMBI Unsrat*, 9(3).
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019a). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2). <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/1220/559>
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019b). Keputusan, nalisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2).
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1).
- Mira, I., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media.
- Mustika. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 19(1).
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2021). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi USI*, 2(1).  
<https://media.neliti.com/media/publications/328086-pengaruh-potongan-harga-dan-bonus-terhad-fdfe7484.pdf>
- Netrawati, I. G. A. O., Nuada, I. wayan, & Syakbani, B. (2022). The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *SENTRALISASI*, 11(2).  
<https://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/sentralisasi/article/view/1623/1083>
- Pendidikan, S., Beladiri, O., Atletik, O., Tradisional, O., Senam, A., Berirama, G., & Air, O. (n.d.). *PROGRAM TAHUNAN KUR*. 1–6.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2).
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live. *Jurnal Desain Komunikasi Visual (Tandra)*, 8(2).  
<https://ojs.unm.ac.id/tandra/article/download/22651/12061>
- Prastiwi, E., Djumali, & Widayanti, R. (2019a). Analisis Standar Mutu, Diskon Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro (Studi Pada Sekolah Dasar Di Kabupaten Wonogiri). *Edunomika*, 3(1).  
<https://media.neliti.com/media/publications/301162-analisis-standar-mutu-diskon-dan-lokasi-9a3272ac.pdf>
- Prastiwi, E., Djumali, & Widayanti, R. (2019b). Analisis Standar Mutu, Diskon Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro (Studi Pada Sekolah Dasar Di Kabupaten Wonogiri). *Edunomika*, 3(1).
- Puspitasari, D. M., & Herdian, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(6).
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, 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). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2).
- Rahmatik, F. A. Y., & Indayani, L. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality and Skincare, Price on Purchase Decisions for Beauty Glow in Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17, 5–15.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). 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.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Ekobis*, 19(1), 59–70.
- Rosmiat, R. (2022). DARI VIDEO KE TOKO: BUDAYA KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP (Pola Konsumsi pada Mahasiswa Milenial Bangka Belitung). *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2).
- Rukmana, I. D. (2022). *Data Penjualan dan Strategi Marketing MS Glow VS Skintific Kategori Pelembap Wajah Terlaris*. [compas.co.id. https://compas.co.id/article/data-penjualan-top-brand-pelembap-wajah-terlaris/](https://compas.co.id/article/data-penjualan-top-brand-pelembap-wajah-terlaris/)
- Saebah, N., & Layaman. (2020). Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Dengan Flash Sale Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Shopee. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 11(1).
- Sari, F. P. (2021). *Pengaruh Online Costumer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce pada Mahasiswa UMSU*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Survei Aplikasi Video Live Streaming Dan Chat Di Kalangan Pelajar. *Seminar Nasional Edusainstek*.
- Siyoto & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sutiani, L. (2022). *Data Penjualan Serum: Lagi, Brand Lokal Kokoh Pimpin*

*Pasar Periode 1-15 September.* [compas.co.id](https://compas.co.id).  
<https://compas.co.id/article/data-penjualan-serum-brand-lokal/>

Syahara, T. A., Susanti, D., & Indahsari, C. A. (2021). Tiktok dan Pandemi (Analisis Konten Penggunaan Tiktok sebagai Media Edukasi Covid-19 di Masa Pandemi). *Urecol Journal*, 1(1), 39–46.

Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 632–639.  
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/download/10213/1539>

Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(1).

<https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/392/227>

Wijayanti, T., Bathara, L., & Yulinda, E. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pecel Lele di Sepanjang Jalan Riau Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir*, 3(2).