

DAFTAR PUSTAKA

- Alfayed, E., Ramadeli, L., Agnestasia, R., Amalina, V., Swid, Z. H. O., & Riofita, H. (2023). *Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada TikTok Shop. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(2), 195–201.
- Ahdiat, Adi. 2024. “TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunanya”. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>, diakses pada 02 Desember 2024 pukul 15.36
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 6(2), 86-96.
- Ardila, A., & Saino, S. (2024). *Pengaruh E-Service Quality, Live streaming shopping dan Flash sale terhadap keputusan pembelian produk Fashion pada platform Shopee. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(2), 343–356.
- Dayanti, H., Andrian, A., & Anas, H. (2024). *Pengaruh Flash sale, Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 168–180.
- De, O., & Simanjuntak, P. (2022). *Pengaruh Flash sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Devica, S. (2020). *Persepsi Konsumen Terhadap Flash sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2276>
- Edot. 2024. 5 “E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia pada awal 2024, Siapa Juaranya?” <https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya>, diakses pada 25 November 2024 pukul 05.57

- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). *Peran impulsive buying saat Live streaming pada masa pandemi covid-19 (studi kasus e-commerce shopee)*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542-555.
- Febriyanti, A., & Ratnasari, I. (2024). *Pengaruh Live streaming, Online Customer Review Dan Flash sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Di Tiktok Shop*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 50-57.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imron, A., Ariyanti, R., & Octaviana, V. (2024). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live streaming, Program Gratis Ongkos Kirim Dan Flash sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop*. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 7(2), 236–249.
- Indartini, Mintarti & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. Klaten : Lakeisha.
- Ismi, Annisa. 2022. *“TikTok Live Shopping: Cara Baru Belanja dan Jualan Online”*. <https://socialmediamarketer.id/tiktok/tiktok-live-shopping/>, diakses pada 06 Desember 2024 pukul 10.17
- Jauhari, Siti Sarah. 2023. *”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>, diakses pada 24 Desember 2024 pukul 09.47
- Karimuddin, Abdullah, dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I.

Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 & 2, Jakarta : Erlangga.

Miftahul, A. (2023). *Pengaruh Flash sale Dan Live streaming Terhadap Repurchase Intention Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee) 2019*. Repository. Uinjkt. Ac. Id.

Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (n.d.). *Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1, 2023. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>

Netrawati, I. G. A. O., Wayan Nuada, I., & Syakbani, B. (2022). *The influence of live streaming video on consumer decisions*. *Sentralisasi*, 11(2), 159-168.

Oberlo. 2024. “TikTok Users By Country (2024)”. <https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-users-by-country>, diakses pada 25 November 2024 pukul 06.04

Onsardi, O., & Mantovani, S. B. (2022). *Pengaruh Packaging Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Di Desa Tanah Hitam*. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 3(2), 157-165.

Rahmadani, A. (2021). *Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota Padang sidempuan periode 2018-2020*. *Jurnal Akuntansi*, 14(02), 71-85.

Rahmadani, V. A., & Cempena, I. B. (2024). *Pengaruh Live streaming, Online Customer Review Dan Flash sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(1), 75–85.

- 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>
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya*. In *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* (Vol. 19, Issue 2).
- Septiani, Lenny. 2024. “80% Penjualan di TikTok Shop Indonesia via Live streaming”. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/669792c62d5f5/80-penjualan-di-tiktok-shop-indonesia-via-live-streaming>, diakses pada 25 November 2024 pukul 06.14
- Setyowati, Desy. 2024. “Daftar Produk Terlaris di TikTok Shop Tokopedia Sejak Awal 2024”. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/675b01b25d607/daftar-produk-terlaris-di-tiktok-shop-tokopedia-sejak-awal2024#:~:text=TikTok%20Shop%20Tokopedia%20mengungkapkan%20daftar,Otomotif>, diakses pada 24 Desember 2024 pukul 09.43
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan 28). Alvabeta.
- Syaputra, A., & Rahmani, N. A. B. (2024). *Pengaruh Video Live streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko London Fashion Padangsidimpuan)*. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(1), 285-296.
- Tata Aulia Rahma, Khalid Iskandar, & Muhammad Syaifulloh. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Arjuna Di Randudongkal Pemalang*. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 249–273. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2173>
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andy Offset.

- Trifena, G., Johny, S., Tampi, R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-commerce Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka.com di Kota Manado. Productivity*, (Vol. 3, Issue 2), 168-173.
- Yane, S. N. F. A. F., Wahono, B., & Wahyuningtyas, N. (2024). *Pengaruh Live streaming, Flash sale, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahassrutriswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 3746–3751.