

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti. (2019). *Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Amin, S., & Fikriyah, A. (2023). Pengaruh live streaming TikTok terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 112–121. <https://doi.org/xxxxx>
- Azzahra, N., & Indraswari, R. (2024). The influence of live streaming and discounts on purchased decisions at TikTok Shop. *Journal of Digital Marketing*, 5(1), 45–54. <https://doi.org/xxxxx>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Damayanti, M., Mausul, R., et al. (2024). Perilaku belanja konsumen pada TikTok Shop di Indonesia. *Jurnal Riset Perilaku Konsumen*, 6(1), 33–44.
- Fakri, A., & Astuti, I. (2023). Pengaruh live streaming terhadap kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 201–210.
- Fauziah, R., & Nuryani, A. (2023). Pengaruh live streaming shopping dan harga diskon terhadap keputusan pembelian TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 98–107.
- Febrizadly. (2024). *Manajemen keputusan pembelian konsumen digital*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, R., & Irwansyah. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce. *Jurnal Pemasaran Modern*, 4(2), 77–85.
- Hutabarat, F., Simangunsong, R., & Siahaan, T. (2023). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 89–101.
- Ismail. (2022). *Perilaku konsumen dalam e-commerce*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Likert, R. (2022). *A technique for the measurement of attitudes*. New York: McGraw-Hill.
- Malau, H. (2018). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mastur, & Pramusinto. (2020). Analisis multikolinearitas dalam model regresi. *Jurnal Statistika Terapan*, 3(1), 15–23.
- Mindiasari, R., et al. (2023). Live streaming sebagai strategi pemasaran digital. *Jurnal Bisnis Digital*, 7(1), 55–64.
- Novianingtyas. (2020). Uji normalitas data dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 40–48.
- Nugroho, A., et al. (2024). Diskon dan perilaku pembelian konsumen online. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(1), 66–74.
- Nurhayati, & Wicaksono. (2024). Pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(1), 21–30.
- Puspitasari, D., & Lestari, R. (2023). Pengaruh diskon dan voucher terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 58–67.
- Puspitasari, D., & Rahmawati, S. (2023). Keputusan pembelian online di era e-commerce. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 5(2), 88–96.
- Rachmawati, D., et al. (2020). *Strategi promosi penjualan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rafiudin. (2025). Pengaruh promosi, harga, dan e-service quality terhadap keputusan pembelian TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(2), 90–102.
- Rahman, A., Sari, N., & Gunawan, H. (2025). Pengaruh live streaming dan diskon terhadap keputusan pembelian mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 101–113.
- Rahmayanti, & Dermawan. (2023). Indikator live streaming dalam pemasaran digital. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 9(3), 145–154.
- Safira. (2024). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen digital. *Jurnal Ekonomi Modern*, 8(1), 34–43.

- Saputra, R. D., Wibowo, B. S., Hayati, C., & Zebua, M. (2025). Pengaruh promosi dan diskon harga terhadap keputusan pembelian TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 60–72.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research methods for business* (7th ed.). Chichester: Wiley.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran pemasaran dan keputusan pembelian. *Jurnal EMBA*, 1(4), 71–80.
- Sonata. (2019). Strategi diskon dalam pemasaran. *Jurnal Bisnis Retail*, 3(2), 22–30.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Titasari, et al. (2023). Keputusan pembelian online pada e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(2), 99–108.
- Wahyuni, S., et al. (2023). Live streaming sebagai media promosi interaktif. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(1), 50–60.
- Wibowo, A., & Santoso, B. (2020). Analisis uji simultan dalam regresi linear berganda. *Jurnal Statistika Ekonomi*, 2(1), 12–2