

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Al-Fairuz, N. H. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 245–260.
- Al Kaunaini, D. A. S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2549–2557.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 9(1), 356–363.
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut Akun@ skintific_id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 13–26.

- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., & Ismail, R. S. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Arwana, D. S., & Purnomo, N. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling, Diskon, Gratis Ongkir dan Cash on Delivery terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1129–1144.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).
- Bintarto, A., Nurwati, E., & Kristiadi, A. A. (2021). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *STIE Pariwisata Internasional*, 5(1), 1322–1338.
- Darwipat, D., & Syam, A. (2020). Pengaruh Program Flash Sale terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 58–64.
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56.

- Elen, E., & Raymond, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Indosat. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(1).
- Elita, V., & Wahyudi, T. N. (2024). *Pengaruh Live Streaming Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Pada Generasi Z*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fitria, L., & Barseli, M. (2021). Kontribusi dukungan keluarga terhadap motivasi belajar anak broken home. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 6(1), 6. <https://doi.org/10.29210/02697jpgi0005>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Harjadi dan Arraniri. (2021). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Harzaviona, Y., & Syah, T. Y. R. (2020). Effect of customer satisfaction on customer loyalty and marketing organization performance in B2B market over heavy equipment company. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(4), 242–249.
- Huda, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(2), 157–170.

- 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.
- Indriyani, T., & Herlina, R. (2021). Makna interaksi host dengan penonton saat live streaming di aplikasi uplive. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 8(2), 1–6.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Jayus, Sholeh, K., Rowiyani, & Jelita, A. N. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Alat Olahraga Di Toko Olah Raga Maju Mapan Ungaran. *Journal of Applied Statistics and Data Mining*, 4(1), 8–7.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>

Krisnaldi. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Internet*. 2(1), 6.

Kusumayanti, K. (2024). PENGARUH GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BELANJA TIKTOKDHOP. *JURNAL AL-AMAL*, 2(1), 28–34.

Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30.

Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks.

https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPpemEczFnAAIAaJjLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1732503685/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fdataboks.katadata.co.id%2Fteknologi-telekomunikasi%2Fstatistik%2Fb3c62c475783be9%2Fpenggunaan-e-commerce-indonesia

Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>

Nuryani, S., Pattiwael, W. P., & Iqbal, M. (2022). *Analisis Faktor-faktor yang*

Mempengaruhi Pembelian Impulsif pada Pengguna Aplikasi Tiktokshop. 6 (September), 444–451.

Purwanti, A. A. (2019). PENGARUH LIFE STYLE, KUALITAS PRODUK DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Astri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74.

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. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>

Reijeng. (2021). *The Effect of Price on Customer Loyalty (Case Study Grab-Motor Customers in Makassar City)*. 3, 96–103.

Riandi, M. M., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Potongan Harga, Live Streaming, dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi TiktokShop. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2101–2109.

Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114.

- Safitri, F., Karnadi, K., & Fandiyanto, R. (2024). Peran Minat Beli Dalam Memoderasi Pengaruh FlashSale, Gratis Ongkir dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di E-Commerce Tiktok Shop. *Journal of Digital Business Research*, 1(1), 27–37.
- Saputri, R., Ramdan, A. M., & Norisanti, N. (2020). Peran flash sale dalam memediasi hubungan sales promotion terhadap keputusan belanja online. *Syntax Idea*, 2(6).
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). PENGARUH FLASH SALE, CUSTOMER REVIEW, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE:(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1, 322–328.
- Sari, E. (2022). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan)*.
- Sari, P., Palah, J. M., & Ambarwati, P. (2023). Keputusan pembelian pengguna e-commerce tiktok shop: Daya tarik konten, gratis ongkos kirim dan harga flash sale sebagai pemicu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01), 85–100.
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 488–501.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.135>
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh pengetahuan produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel intervening. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 39–46.
- Simanjutak, O. de. (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), 383–387.
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(4).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Siregar, D. N. P., Cahyani, W., & Chaniago, A. U. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket Medan Marelan. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(1), 17–23.
- Song, C., & Liu, Y. (2021). *The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China*.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

In *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Syamsuri, A. R., Anggraini, C. W., Pratiwi, D. P., Afriliana, S., & Maissy. (2021).

Jurnal bisnis mahasiswa. *Bisnis Mahasiswa*, 215–224.

Wangi, L. P., & . S. A. (2021). Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap

Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian*

Strategi Manajemen, 5(1), 79–91. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>

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 Mahasiswa Manajemen FEB

UNISMA Angkatan 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*,

13(01), 3746–3751.

Yulius, A., & Aprillia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Pembelian

Impulsif pada Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*

Manajemen, 8(4), 809–821. [https://www.researchgate.net/profile/Ariesya-](https://www.researchgate.net/profile/Ariesya-Aprillia/publication/375991994_PENGARUH_LIVE_STREAMING_TERHADAP_PEMBELIAN_IMPULSIF_PADA_PLATFORM_TIKTOK/links/656632303fa26f66f4356a8e/PENGARUH-LIVE-STREAMING-TERHADAP-PEMBELIAN-IMPULSIF-PADA-PLATFORM-TIKTOK.pdf)

Aprillia/publication/375991994_PENGARUH_LIVE_STREAMING_TERH

ADAP_PEMBELIAN_IMPULSIF_PADA_PLATFORM_TIKTOK/links/65

6632303fa26f66f4356a8e/PENGARUH-LIVE-STREAMING-TERHADAP-

PEMBELIAN-IMPULSIF-PADA-PLATFORM-TIKTOK.pdf

Yuni, R. L., Broto, E. B., & Simanjourang, S. F. E. (2023). Jurnal Mirai

Management Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live

Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal*

Management, 8(3), 387–400.

journal.stiemkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6158/4121