DAFTAR PUSTAKA

Adawia, P. R., Wijayanti, D., & Komalasari, Y. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: CV. Graha Ilmu.

Andrian, & et al. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit Rena Cipta mandiri.

Cahyati, T., & Munandar, D. (2023). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi. In *Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN)*.

Denada Octabella, D., Dwiyanti, S., Usodoningtyas, S., & Sinta Megasari, D. (2021). *Review Beauty Influencer Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Kecantikan di Surabaya* (Vol. 10). www.sociabuzz.com

Edwin, Z. (2020). Perilaku konsumen Di Era Modern. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.* Yayasan Prima Agus Teknik.

Erwin, et al. (2024). *Pemasaran Digital (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.

Fadli, Zul, et al. (2023). *Manajemen Pemassaran Digital*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasarana)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Hamid, R. S. et al. (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Hassanah, A. U., Sahabsari, T., & Fitri, S. (2024). Pengaruh Lifestyle Rating Brand dan Review Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembellan Skincare. *Jma)*, *2*(12), 3031–5220.

Hendrawaty, M. et al. (2024). Factors Analysis of Shopping Cart Abandonment in E-Commerce Applications. *Jurnal Ilmiah Binary STMIK Bina Nusantara Jaya*, *Vol.6*(02), 2657–2117. https://doi.org/10.52303/jb.v6i2.142

Izzaty Mindiasri, I., Priharsari, D., & Purmono, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi*, *7*(3), 1039–1042.

Lenggihunusa, A. Y., Sanadi, E., Raharja, S. J., Auliana, L., & Hakim, M. A. (2024). Analisis Penggunaan Live Shopping Tiktok dalam Mendorong Minat Beli Konsumen Skintific. *Jurnal Lentera Bisnis*, *13*(1), 359. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.995

Malik, R. A., Herlina, N., Gracetinia, A., & Sari, P. (2024). Sosialisasi dan Studium Generale Digital Marketing. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, *8*(3), 5–6.

Marjun. (2025). *Transformasi Digital dalam Pemasaran Mengoptimalkan Media*

Sosial dan SEO. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.

Maskan, M., Patma, T. S., & Mulyadi, K. (2019). *Pengantar Manajemen*. Malang: Polinema Press.

Muharam, H. et al. (2023). *Perilaku Konsumen*. Banyumas: Wawasan Ilmu.

Muhfizar, et al. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Mulyadi, & Winarso, W. (2020). *Pengantar Manajemen*. Purwokerto: CV. Pena Persada.

Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). 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

Nana, D., & Elin, H. (2018). Metode Penelitian Yang Tepat Untuk Membantu Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *5*(1), 288. https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359

Nugraha, J. P. et al. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Nurjannah, R., & Maulana, A. (2025). Pengaruh Beauty Influencer Review dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Azarine Cosmetic. *Jurnal USAHA (Unit Kewirausahaan Pendidikan & Non Pendidikan)*, *6*(2).

Pakan, E. D., & Purwanto, sugeng. (2022). Pengaruh Beauty Influencer dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier di Surabaya. *Scientific Journal of Reflection*, *Vol. 5*.

Pamungkas, M. R. R., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2022). Eksplorasi Pengaruh Teknologi Live Shopping terhadap Minat Beli Pelanggan dengan Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, *6*(11), 5525–5531. https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12370

Pangestika, G. D., & Astuti, P. B. (2024). Pengaruh Live Shopping, Online Customer Review, dan Metode Pembayaran Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pengguna Tiktok Mahasiswa Universitas Putra Bangsa). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisinis, Akuntansi*, *Vol. 6*(No. 5), 819–834.

Permana, E., Rafi Putra Prasetia, M., Rafif Falah, M., & Miranda Wijaya, A. (2025). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen saat Live Shopping pada Platform TikTok Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, *2*(2), 497–507. https://doi.org/10.61132/jeap.v2i2.1016

Prabowo, A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital:*

Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan). Payakumbuh: PT. Serasi Media Teknologi.

Pramesti, P. et al. (2025). Pengaruh Fitur Live Streaming E-Commerce terhadap Niat Beli Konsumen Pada UMKM Di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, *20*(2).

Ramdan, A. M. et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Haura Utama.

Ratnaningrum, N. M., Sari, D. K., & Herwandito, S. (2025). Pengaruh Live Streaming dan Review Influencer terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, *7*(3), 420–442. https://doi.org/10.32509/petanda.v7i3.5923

Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligensi Media.

Safitri, R. A. N., Gunaningrat, R., & Hastuti, I. (2025). Apakah Live Shopping dan Diskon berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Gen Z dan TikTok Shop) Universitas Duta Bangsa Surakarta , Indonesia langsung dengan host saat sesi live serta promo-promo yang ditawarkan . Live shopping tidak. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, *September*.

Satriadi, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.

Sherli, Yuliati Lilik noor, & Hasanah Nur. (2023). Pengaruh Beauty Influencer dan Perceived Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.305

Sihombing, Nikous Soter, et al. (2022). *Pemasaran Digital*. Purwokerto: CV. Pena Persada.

Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 67).

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: UIR PRESS.

Suprapto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.

Syamsiyah, S. et al. (2023). *Perilaku Konsumen*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.

Tambunan, T. S. (2023). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Thania, G. S. K., & Anggraini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Pandemi Covid - 19. *Cakrawangsa Bisnis*, *2*(2).

Wahyudi, M. A. (2025). *Memahami Perilaku Konsumen di Era Digital*. Jogjakarta: Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=idODEQAAQBAJ

Wahyuni, R., Oskar, D. P., Mariana, R., Irfani, H., & Fikri, H. T. (2023). *Faktor Psikologis dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian pada Live Shopping TikTok*. *16*(3), 161–167. https://doi.org/10.35134/jpsy165.v16i3.254

Wicaksono, W., Suryatin, H., & Nugroho, W. (2023). *Manajemen Pemassaran: Teori dan Aplikasi*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta.

Zed, E. Z. et al. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, *Vol. 4*(No. 1).