

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Aisyah, S. N., & Rosyidi, S. (2023). *Pengaruh persepsi harga, customer review, customer rating dan promosi flash sale terhadap keputusan pembelian di Shopee*. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60.
- Amri, S., Hafizin, •, Fariantin, E., Satriawan, •, Nursanty, I. A., Syakbani, B., Budiani, •, Endrawati, F., Amnel, P., Melkianus, V., Tabun, A., Wulandari, R., Fajariah, F., Mulyadi, D., Astika, A., Sudarni, C., & Ramadhani, I. (2022). *S E V A L Pengantar Ilmu Manajemen*.
- APJII. (2025). *Peluncuran Hasil Survei Apjii: Profil Internet Indonesia & Segmentasi Pasar Isp Tahun 2025*. www.apjii.or.id
- Basae, S. P., & Elyana, I. (2025). *Peran Flash Sale Dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Pengguna Tiktok Shop Di Pasar Minggu*.
- Devi, A. C., Candra, A., Universitas, D., Perjuangan, B., Uus, K., Fadli, M. D., Buana, U., & Karawang, P. (2023). *Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang*. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Dr. Hj. Ellen Rusliati, S. E. M. S. I. E., Dr. Hj. Mujibah A. Sufyani, S. E. M. M., Hj. Lella N. Irwan, S. E. M. S., & Febriani, S. N. (2025). *Peran Good Corporate Governance Dalam Peningkatan Kinerja Bum Desa*. Deepublish.
- Dr. Hj. Eva Sundari, SE. , MM. , C. R. B. C. I. H. SE. , M. (2024). *Strategi Pemasaran*.
- Dr. M. Yusuf, S. MM. Dr. C. H. S. MM. Dr. N. H. S. MM. Dr. N. S. MM. (2023). *Teori Manajemen*.
- Dr. Rastina Kalla, S. E. M. S., & Prof. Dr. Roslina Alam, S. E. M. S. (2025). *Pengantar Manajemen : Konsep, Praktik, dan Aplikasi dalam Organisasi Modern*. Takaza Innovatix Labs.
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., Tadampali, A. C. T., Rianty, E., Efitra, E., & Permata, N. G. (2024). *Pemasaran Digital : Teori dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Erwin Permana, Dewi Stalastiana, Rahil Khalisoh, & Syamsurizal, S. (2024). *Strategi Meningkatkan Brand Awareness Melalui Konten Kreatif Dalam*

- Pemasaran Media Sosial Tiktok Brand Tenue De Attire. Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 169–180.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Kbm Indonesia. [Www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Handayani, R. (2025). *Pengaruh Flash Sale dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific*.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N. P., Suyatno, A., & Rahayu, T. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Cv. Intelektual Manifes Media.
- Haro, A., Kushariyadi, K., Ambulani, N., Kurniastuti, C., Pebrianti, T., Tugiyono, J., Nora, L., Suhardi, D., & Nelly, N. (2024). *Marketing Management : Prinsip, Perspektif, dan Implementasi*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Suardi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hokil, V., Lallo Pakiding, D., & Urbanus Bubun, U. (2025). *Pengaruh Flash Sale E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). *Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. *Jurnal Economina*, 3(2), 314–328.
- Indrajaya. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Istiqomah, N. H., Magfiroh, S., & Habibana, Z. N. (2024). *Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran*. *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 71–82.
- Katadata. (2025). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Diperkirakan Capai US\$137,5 Miliar pada 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/578053fb8bceef8/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-diperkirakan-capai-us1375-miliar-pada-2025>
- Katadata. (2025). *E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/68956b5c1101e/e-commerce-yang-sering-diakses-masyarakat-indonesia-pada-2025>

- Langky. (2025). *Sejarah Langky*. <https://www.langky.com/a/sejarah-langky-2-a.31188>
- Mentang, V. T. N., Ogi, I. W. J., & Wangke, S. J. C. (2024). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(03), 1574–1584.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). *Eksplorasi pengaruh live shopping terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja online dengan metode systematic literature review*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042.
- Nana Darna, N. M. S. A. B. & S. (2023). *Bahan Ajar Metode Peneletian*. Deepublisher Digital (Grup Cv Budi Utama)).
- Nasution, A. A., Safri, H., Bariah, C., Ritonga, Z., Yunita, I., & Bincar Nasution, S. P. C. M. (2023). *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Novia Ardana Siregar, Safriana Safriana, & Rayyan Firdaus. (2025). *Penerapan Live Shopping di E-commerce dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Generasi Z*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(3), 80–88.
- 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, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 6(5), 819–834.
- Pramezwary, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, A. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit Nem.
- Putra, C. I. W., & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Putra, D. A., Triwardhani, D., & Putri, E. R. (2025). *Perilaku Konsumen Digital Dan E-commerce*. Deepublish.
- Putri, R. A., Makkasau, A. K. A., Musyawir, A. K., Astriana, M., Hadriyanti, H., Hendrayadi, H., Alfiani, D. R., Astuti, D., & Amri, I. (2025). *Manajemen Pemasaran Kesehatan*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Radhitya, M., Pamungkas, R., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2022). *Eksplorasi Pengaruh Teknologi Live Shopping terhadap Minat Beli Pelanggan dengan Systematic Literature Review (Vol. 6, Number 11)*.

- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). *Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya)*. *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755.
- Rizaldi, H., & Majid, M. (2024). *Mengenal Pemasaran Digital*. Penerbit NEM.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D Prof*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd Ed.). Alfabeta, Cv.
- Sulistyaningsih, E., & Ashidiqy, A. B. (2025). *Dampak Fitur Live Shopping di Social Commerce terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform e-Commerce di Indonesia*. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 3(02), 69–76.
- Syarun, M. M. (2025). *Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran di Era Digital*. CV. Bintang Semesta Media.
- Undang-Undang (UU) No. 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*, BPK RI (1999).
- Zaidan, N., S, S. D. O., Salsabila, A., Fahri, B. A., Sinaga, J. F., Syahputra, R. A., Wadeng, T., Ahkaf, M. S. Y., Azhari, M. R. A., & Yusnaini, S. E. M. I. K. (2023). *Kewirausahaan Era Digital*. Indonesia Emas Group.
- Zakiyyah, A. M., & Informasi, M. (2018). *Pengaruh flash sale terhadap pembelian impulsif online pada toko online “pulchragallery” the effect of flash sale on impulsif online purchase in the online store “pulchra gallery.”* *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 63–70.