DAFTAR PUSTAKA

adawia, p. r., wijayanti, d., & komalasari, y. (2022). *dasar-dasar manajemen*. expert.

agustina, w., nasyanovarianti, d. f., marhusin, hasan, h., ridwan, m., fatimah, h. m., widyanipuna, r. dewi, nurdin, m. f., erlinda, v., emas, c. a. p., achmad, g. n., utami, h. n., & noofitri, k. c. p. (2025). *strategi digital markerting: teknologi, media sosial dan pemasaran* (s. s. wulandari (ed.)). azzia karya dan anggota ikapi.

akbar, y. r., putri, a., rahmadani, a., & ... (2025). fitur live streaming dan promosi: apakah berpengaruh terhadap minat beli pada tiktok shop? *jurnal pustaka …*. https://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakamanajemen/article/view/1061

amin, d. e. r., & fikriyah, k. (2023). pengaruh live streaming dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk fashion muslim (studi kasus pelanggan tiktok shop di surabaya). *edunomika*, *07*(01), 1–11.

andri ardhiyansyah, m. b. a. (2025). *perilaku konsumen : pemahaman strategis di era digital*.pt arunika aksa karya. https://books.google.co.id/books?id=ocsleqaaqbaj

anisa, -, r. r., & nurul chamidah. (2022). pengaruh word of mouth mengenai live streaming tiktok shop terhadap keputusan pembelian konsumen. *jurnal komunikasi pemberdayaan*, *1*(2), 131–143. https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230

ardiansyah, a., & nurdin, h. (2020). pengaruh diskon dan kepercayaan konsumen terhadap keputusaan pembelian produk online shop shopee (studi kasus mahasiswa stie bima). *jurnal penelitian ekonomi dan akuntansi (jpensi)*, *5*(2), 136–146.

asri, t. k., anwar, s., & ikhsani, a. n. (2025). *pengaruh live streaming (meliputi : interaksi , waktu nyata dan alat promosi) shopee terhadap keputusan pembelian di*. *16*(1), 36–46.

aulia, r. n., & harto, b. (2024). membangun keterlibatan konsumen melalui strategi konten marketing dalam live streaming: analisis kualitatif terhadap brand yang berhasil di shopee. *innovative: journal of social science research*, *4*(2), 5721–5736.

ayuningtyas, z. (2024). efektivitas live stream shopping dalam membentuk purchase intention (survei pada s-commerce di indonesia). *jurnal akuntansi, manajemen dan ilmu ekonomi (jasmien)*, *5*(1), 484–494. https://journal.cattleyadf.org/index.php/jasmien/index

cai, j., wohn, d. y., mittal, a., & sureshbabu, d. (2018). utilitarian and hedonic motivations for live streaming shopping. *proceedings of the 2018 acm international conference on interactive experiences for tv and online video*, 81–88.

charviandi, a., noviany, h., sugartini, y., wijaya, a., & faruq, m. al. (2023). *manajemen pemasaran (perspektif digital marketing)* (facrurazi & i. k. e. mulyana (eds.)). eureka media aksara.

chen, c., hu, y., hong, y., & lu, y. (2018). *everyone can be a star: quantifying grassroots online sellers' live streaming effects on product sales*.

damayanti, d., wahyuningtyas, y. f., asteria, b., fajr, m. r. n. r. n., kuswanto, n. m., renaldy, f., elyta, m. k., & risdiyanti, f. d. (2023). *keputusan pembelian dalam perilaku konsumen*. stie widya wiwaha.

das, s., & mishra, p. k. (2019). *management principles and practices*. 119.

dayat. (2016). *manajemen umum bidang-bidang manajemen* (e. s. rahayu & s. lasmono (eds.)).

deng, f., lin, y., & jiang, x. (2023). influence mechanism of consumers' characteristics on impulsive purchase in e-commerce livestream marketing. *computers in human behavior*, *148*, 107894.

destria, c., bella, e., & pamungkas, e. (2025). strategi bauran pemasaran 7ps dan social media engagement dalam live streaming commerce: studi kasus tiga brand umkm kategori fashion di tiktok shop. *medium*, *12*(2), 213–234. https://doi.org/10.25299/medium.v12i2.19570

devi, alia c., & fadli, uus m. (2023). analisis keputusan pembelian produk e-commerce shopee di kalangan mahasiswa universitas buana perjuangan karawang. *jurnal of student research*, *1*(5), 113–123. https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5

dikko, m. u., hussaini, u., alkali, z. a., bandiya, m. a. m., & abdullahi, m. (2024). the moderating effect of corporate governance in the relationship women owned enterprises: a proposed conceptual framework. *fudma journal of manag2ement sciences*, *6*(2), 167–186.

erwin permana, muhammad rafi putra prasetia, muhammad rafif falah, & agustinus miranda wijaya. (2025). analisis keputusan pembelian konsumen saat live shopping pada platform tiktok produk fashion. *jurnal ekonomi, akuntansi, dan perpajakan*, *2*(2), 497–507. https://ejournal.areai.or.id/index.php/jeap

fatma, n., alimuddin, m., nursaifullah, hardiyono, & latiep, i. f. (2023). *manajemen pemsaran era industri 4.0* (a. n. a. ainun & p. poddala (eds.)). pt. nas media indonesia anggota ikapi.

febriani, e. p., & sudarwanto, t. (2023). pengaruh brand image dan live streaming marketing di tiktok terhadap keputusan pembelian produk somethinc. *jurnal ilmiah wahana pendidikan*, *9*(november), 290–303. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10076889

hadiat, & syamsurijal. (2023). *dasar-dasar manajemen* (zulfa & nita (eds.)). harfacreative. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=log3eaaaqbaj&oi=fnd&pg=pa4&dq=hadiat,+s.,+%26+syamsurijal,+s.+(2023).+dasar-

dasar+manajemen.+harfacreative.++&ots=hm1vq8y2tn&sig=eoi1njs8zmwj-9i70wogubriic8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

ibrahim, a. (2023). *metodologi penelitian ekonomi binis islam* (q. aini (ed.)). pt bumi aksara.

imron, a. (2025). *buku ajar manajemen pemasaran* (a. zailani (ed.)). cv eureka media aksara. https://books.google.co.id/books?id=mewseqaaqbaj

indriastuti, h., hidayati, t., asnawati, martiyanti, d., aya, a. r. f., & puttit, l. (2024). how real-time interactivity influences impulse buying behaviour in generation z ' s during live streaming shopping : the mediating role of. *innovative and economics research journal*, *12*(3), 279–291. https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0047

jawangga, y. h. (2019). *dasar-dasar manajemen*. cempaka putih pt.

karomah, q. (2026). analisis strategi komunikasi pemasaran interaktif melalui pemanfaatan live streaming e-commerce di era digital. *prosiding seminar nasional hukum, bisnis, sains dan teknologi*, *6*(1), 14–20.

khairunnisa, c. m. (2022). pemasaran digital sebagai strategi pemasaran: conceptual paper. *jamin: jurnal aplikasi manajemen dan inovasi bisnis*, *5*(1), 98–102.

khulwani, d, f., & m, s. (2024). pengaruh kualitas produk, brand love, online customer review dan varian produk terhadap keputusan pembelian produk the originote pada aplikasi tiktok shop. *institut informatika dan bisnis darmajaya*.

kotler, p. (2016). marketing management. *marketing management*, *16*.

kotler, p., & amstrong, g. (2016). prinsip-prinsip pemasaran edisi 13 jilid 1. jakarta: erlangga. kotler, philip dan keller. 2016. *marketing management 15e. boston: pearson education*.

kotler, p., & amstrong, g. (2018). *principles of marketing*. perason education.

kotler, p., & armstrong, g. (2018). prinsip-prinsip pemasaran (edisi ke-17, terjemahan). *jakarta: erlangga*.

krisnandi, h., efendi, s., & sugiono, e. (2019). *pengantar manajemen* (melati (ed.)). lpu-unas.

ma, l., gao, s., & zhang, x. (2022). how to use live streaming to improve consumer purchase intentions: evidence from china. *sustainability*, *14*(2), 1045.

mahdar, rachim, m. d., heryanto, r., wijaya, h., yamin, l. o. m., alimaturahim, f., akhmaddhian, s., puspitafuri, c., indriani, h., & ym, h. (2024). *komunikasi digital* (h. ym & agusalim (eds.)). kamiya jaya aquatic. https://books.google.co.id/books?id=ittgeqaaqbaj

manap, a. (2023). manajemen pemasaran. *jakarta: yayasan cendikia mulia mandiri*.

mirzam, d. (2024). *pengaruh fitur live streaming dan content marketing terhadap keputusan pembelian dalam konteks tiktok shop*. *1*(2), 1–23.

mulyadi, & winarso, w. (2020). *pengantar manajemen*. cv. pena persada.

muniarty, p., verawaty, hasan, s., patimah, s., hadmandho, t. c., butarbutar, d. j. a., pratisti, c., ismail, noor, a., guntarayana, i., fitriana, sari, r. k., & sihombing, c. m. (2022). *manajemen pemasaran* (m. sari (ed.)). pt. global eksekutif teknologi.

nasution, a. h., madelta, c., & salwa, s. k. (2025). *operasionalisasi fungsi-fungsi manajemen manajemen dalam lembaga pendidikan dan*. *02*(01), 468–477.

nindiyasti, s. p., & susanti, a. (2026). pengaruh fitur live shopping , interaksi host , dan diskon terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di tiktok di wilayah solo raya. *jurnal publikasi ekonomi dan akuntansi*, *6*, 794–806.

novitasari, e. c., agatha, m., & widyanti, s. (2023). *pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pembelian di koperasi program studi pendidikan ekonomi*. *2*(marketing mix), 2076–2090.

nurhayati. (2023). *keputusan pembelian dan kepuasan konsumen*. penerbit nem.

panjaitan, r. (2018). *manajemen pemasaran* (sukarno (ed.)). sukarno pressindo.

paulus, a. (2024). analisis live streaming tiktok sebagai aplikasi komunikasi digital dan dampaknya pada purchase intention studi kasus brand senikersku. *journal of theology and christian education*, *4*, 74–81.

pelangi, s. (2025). *live streaming dan interaksi real-time: menghubungkan audiens secara langsung*. 2. https://studiopelangi.id/live-streaming-dan-interaksi-real-time-menghubungkan-audiens-secara-langsung/

piercy, n., harris, l. c., kotler, p., & armstrong, g. (2016). *principles of marketing 7th edn pdf ebook*. pearson higher ed.

pratama, y., fachrurazi, sani, i., abdullah, m. a. faruq, novianty, h., narulita, s., hapsara, o., zulkarnain, i., fermayano, r., sembiring, r. s. r., abdurohim, & islam, d. (2021). *prinsip dasar manajemen pemasaran analisis dan strategi di era digital* (m. silalahi (ed.)). eureka media aksara.

putra, m. w. (2025). *panduan lengkap semua fitur tiktok*. micho w putra. https://books.google.co.id/books?id=ozpieqaaqbaj

putri, g. a. (2025). *pengaruh interaksi real time dalam live streaming dan review poduk terhadap keputusan pembelian produk fashion di eccommerce shoppee*.

putriani, a. (2018). pengaruh atribut produk, celebrity endorser dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus pada mahasiswi s-1 fakultas ekonomi universitas sarjanawiyata tamansiswa yogyakarta). *jurnal ekobis dewantara*, *1*(8), 142–150.

rahmawan, n. y. (2025). pengaruh fitur live chat dalam live streaming terhadap keputusan pembelian audiens. *seminar nasional & call for paper hubsintek 2025*, 981–986.

raule, j. h., nurhayati, n., pratiwi, k. a., & sinaga, r. (2024). *manajemen pemasaran*. pt media penerbit indonesia.

reken, f., erdawati, rahayu, s., apriansyah, r., herman, h., sulfitri, v., hermanto,

fatmawati, suprihartini, l., masliardi, a., hariyanti, n. kadek d., & tawil, m. r. (2024). *pengantar ilmu manajemen pemasaran* (m. g. indrawan (ed.)). cv. gita lentera.

romadon, m. m., & karimah, a. (2024). the digital interaction of generation z: communication patterns with idols through tiktok live streaming. *jurnal pendidikan bahasa dan sastra*, *4*(4), 549–555. https://dmi-journals.org/deiktis/index

rosniati, heriyadi, afifah, n., pebrianti, w., & setiawan, h. (2023). the influence of live streaming shopping, online customer review and affiliate marketing on impulse buying trought customer trust in e commerce shopee. *international journal of applied finance and business studies, 11*(3), 460–472.

samual, l. p., asmaria, d., sari, m. r., nuriah, y., khoiri, m., annisa, n. n., febriani, dewi, p., schouten, f. s., choerudom, a., jannah, s. n., hendrikus, f. j., yuliana, n., & nugroho, t. t. (2024). *ilmu dasar manajemen* (r. desiyanti (ed.)). cv gita lentera.

saputra, g. w., & ardani, i. g. a. k. s. (2020). pengaruhdigital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *e-jurnal manajemen*, *9*(7), 2596–2620. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07

setiadi, n. j. (2019). *perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen edisi ketiga* (vol. 3). prenada media.

siregar, e. (2021). *pengantar manajemen dan bisnis* (n. rismawati (ed.)). widina bhakti persada bandung.

situmorang, h., agustia, r., khairad, f., nursamsi, n., fitri, e. r., putra, b. a., susanto, r. d., jailani, h. y., kelana, g., & himni, l. (2025). *komunikasi pertanian* (ukas (ed.)). cv. gita lentera. https://books.google.co.id/books?id=qul4eqaaqbaj

soviyanti, e., & khairani, z. (2024). *manajemen pemasaran* (z. khairani (ed.)). lppm unilak.

suandi, c. d., & djakasaputra, a. (2024). anteseden dan konsekuensi interaksi sosial dalam keputusan pembelian: gen z tokopedia. *jurnal manajerial dan kewirausahaan*, *6*(2), 292–299.

sugiarto. (2022). *metodologi penelitian binis* (e. s. mulyanta (ed.)). cv andi offset.

sugiyono. (2015). metode penelitian & pengembangan research and development. *bandung: alfabeta*.

sugiyono. (2017). metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan r&d. *penerbit cv. alfabeta: bandung*, *225*(87), 48–61.

sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitattif kualitatif dan r&d*. alfabeta bandung.

sugiyono. (2023a). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d* (sutopo (ed.)). alfabeta.

sugiyono. (2023b). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. alfabeta.

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.

sunarya, d. (2025). *mencapai pertumbuhan berkelanjutan: podcast kreator konten, volume 2*. dayat sunarya.

sundari, e., & hanafi, i. (2023). *manajemen pemasaran* (d. pratama (ed.)). uir press.

survival, wulandari, w., asrofi, anggarani, d., & hasan, k. (2025). *manajemen bisnis berbasis teknologi digital: panduan praktis menuju transformasi digital*. unu pasuruan press. https://books.google.co.id/books?id=n26ceqaaqbaj

sutandi, s., mhmudah, s., amleya, d., amelia, w., ikhbar, s., widowati, s., sefrizawati, graha, a. n., budiman, d., suryaningtyas, d., suharso, a. a. p., & utama, a. m. (2024). *manajemen* (w. yuliani (ed.)). cv bravo press indonesia.

taufik, e. r. (2023). *konsep inti manajemen pemasaran* (d. tesniyadi (ed.)). media edukasi indonesia.

ulfa, h. m. (2018). *kata kunci : unsur manajemen, pengolahan rekam medis*. *1*(1), 2.

wei, w., abdullah, a. r., & shiwen, y. (2024). unravelling the significance of social presence in live e-commerce: an empirical exploration employing social presence as an intermediate variable. *international journal of business and technology management*, *6*(1), 510–525.

wibosono, b. (2024). *150 teknik ampuh branding* (h. adamson (ed.)). anak hebat indonesia.

widianingrum, e., suryani, r., gibran, m., & hermanto, p. (2025). the influence of live streaming and content quality on purchase interest in credifox products on tiktok shop. *jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, *18*(1), 315–328.

wulandari, a., & mulyanto, h. (2024). *keputusan pembelian konsumen* (f. rezeki (ed.)). pt kimshafi alung cipta.

wuryanto, t., & putri, f. (2025). *jicn: jurnal intelek dan cendikiawan nusantara pengaruh live streaming selling, celebrity endorsment, dan discount terhadap minat beli konsumen pada e-commerce tiktok shop (studi kasus pada mahasiswa politeknik akbara surakarta) the influence of live stre*. *september*, 6760–6774. https://jicnusantara.com/index.php/jicn

xu, x., wu, j.-h., & li, q. (2020). what drives consumer shopping behavior in live streaming commerce? *journal of electronic commerce research*, *21*(3), 144–167.

yusuf, haryoto, c., husainah, n., & nuraeni. (2023). *teori manajemen* (j. mrdian (ed.)). https://repository.umj.ac.id/13428/1/pdf lengkap %281%29.pdf

zainurossalamia, s. (2020). *manajemen pemasaran teori dan strategi* (hamdan (ed.)). forum pemuda aswaja.

zeng, q., guo, q., zhuang, w., zhang, y., & fan, w. (2023). do real - time reviews matter ? examining how bullet screen influences consumers ' purchase intention in live streaming commerce. *information systems frontiers*, *25*(5), 2051–2067. https://doi.org/10.1007/s10796-022-10356-4

zhang, m., liu, y., wang, y., & zhao, l. (2022). how to retain customers: understanding the role of trust in live streaming commerce with a socio-technical perspective. *computers in human behavior*, *127*, 107052.

zusrony, e. (2021). *perilaku konsumen di era moderen* (r. a. kusumajaya (ed.)). yayasan prima agus teknik.