

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., James D. M., & Yunita, M. (2022). "Pengaruh *Content Marketing*, *Search Engine Optimization* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10(3):225. doi: 10.35794/emba.v10i3.41752.
- Angela, Veliana, & Paramita, E., L. (2020). "Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Konsumen Shopee Generasi Z." *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen* 10(2):248–62. doi: 10.37932/j.e.v10i2.132.
- Cahyaningtyas, Riska, & Wijaksana, T., I. (2021). "Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Anglista." *Journal Proceeding Of Management* 8(5):6488–98.
- Fajar, Adrian, M., & Pratminingsih, S., A. (2022). "The Effect of *Social Media Advertising*, *E-Wom* and *Price* on *Consumer Purchase Decisions* in *Buying Skincare Products* at *E-Commerce Shoppe*." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 6(2):148–60.
- Firda, R., H., Gunaningrat, R., & Akhmad, K., A. (2023). "Potongan Harga, *Live Streaming*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop." *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis* 2(3):204–19. doi: 10.55606/jupsim.v2i3.2023.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologo Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV. Jejak (Jejak Publiser).
- Fitri, Azura, T., & Syaefulloh. (2023). "Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Viral Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Online Customer Review* Pada Fashion Terkini Di Tiktok Shop." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17(6):3946. doi: 10.35931/aq.v17i6.2821.

- Fitryani, Nanda, A., S., & Aristyanto, E. (2021). "Peran *Impulsive Buying* Saat *Live Streaming* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee)." *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 524-555.
- Ghozali, I. (2018.) *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hastini, L., Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?" *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10(1):12–28.
- Hayati, Fitri, Zulvira, R., & Gistituati, N. (2021). "Lembaga Pendidikan: Kebijakan Dan Pengambilan Keputusan." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 6(1):100. doi: 10.29210/3003911000.
- Imanudin, Ichsan N., & Sulhan, M. (2023). "Pengaruh *Live Streaming*, Konten Marketing, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sweaterpolos.Id Diaplikasi Tik Tok (Studi Terhadap Konsumen Sweaterpolos.Id)." *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2(4):866–76.
- Irdiana, S., & Khairullah, M., N. (2019). "Menciptakan Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Membeli Produk." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 3(2):86–91. doi: 10.30741/adv.v3i2.484.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Mahardini, Swesti, Singal, V., G., & Hidayat, M. (2022). "Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta." *Ikraith-Ekonomika* 6(1):180–87. doi: 10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480.

- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). "N e Jem." *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*.
- Nurivananda, M., Shahnaz, & Fitriyah, Z. (2023) Universitas Pembangunan, Nasional ". Veteran, and Jawa Timur. "The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya)." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(4):3664–71.
- Mewoh, Marsilina, F., Johny R., E., Tampi, & Danny D., S. (2019). "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square." *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(1):35. doi: 10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42.
- Nada, Febyola, 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(September 2021):9–16.
- Nasution, Yanti, E., & Kurnia, E. (2021). "Perilaku Konsumen Gen Y Dan Gen Z Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian : Studi Komparatif Japanese Food Dan American Food Generation Y and Generation Z Consumer Behavior in Purchasing Decision Making : A Comparative Study of Japanese Food and American Fo." *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 21(1):64–75.
- Nawangsih, Yunus, K., & Ifa, K. (2019). "Strategi Pengambilan Keputusan Kedai Kopi." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 3(2):92–98. doi: 10.30741/adv.v3i2.474.
- Ogi, Permadi, Ato'illah M., & Jariah, A. (2023). "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Men Pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang." *Jobman: Journal of Organization and Business Management* 6 (2).

- Pahlevi, Reza, A., & Lestari, W., D. (2023). "Pengaruh Digital Marketing Dan *Online Customer Review* Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Surakarta." *Jurnal Maneksi* 12(3):485–90. doi: 10.31959/jm.v12i3.1720.
- Purnomo, D. (2018). "Uji Validitas Dan Reliabilitas Step Test Sebagai Alat Ukur Keseimbangan Pada Lansia." *Jurnal Fisioterapi Dan Rehabilitasi* 2(2):53–70. doi: 10.33660/jfrwhs.v2i2.23.
- Purwati, Annung, & Cahyanti, M., M. (2022). "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11(1):32–46. doi: 10.46367/iqtishaduna.v11i1.526.
- 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):337–44. doi: 10.37531/sejaman.v6i1.2451.
- Ramadanti, A., Eka, D., & Fikriyah, K. (2023). "Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Prodi Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 07(01):1–11.
- Rembon, A., L. Mananeke, & Gunawan, E. (2017). "Theinfluence of Word of Mouth and Product Quality of Purchasing Decision on Pt. Kangzen Kenko Indonesia in Manado." *Pengaruh Word of Mouth... 4585 Jurnal EMBA* 5(3):4585–94.
- Samsuranto, (2021). "Perception and Motivation Analysis of Purchase Decisions in Lumajang." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 5(2):79–84. doi: 10.30741/adv.v5i2.795.
- Shadrina, Nur, R., & Sulistyanto, Y. (2022). "Analisis Pengaruh *Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota

- Magelang).” *Diponegoro Journal of Management* 11(1):1–11.
- Shilfiyo & Rummyeni. (2022). “Pengaruh *Content Marketing Shopee Afiliasi* Melalui Media Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jab* 20(02):37–48.
- Siswanto V., A. (2015). *Belajar Sendiri SPSS*. Andi Offset.
- Soedyfa, Arya, D., Rochmawati, L., & Sonhaji, I. (2020). “Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²).” *Jurnal Penelitian Politeknik Penerbangan Surabaya* 5(4):289–96.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). “Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.” *Pustaka Baru Press*.
- Swastha, B., I. (2014). “Manajemen Pemasaran Modern.” *Liberty, Yogyakarta*. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma.” *Jurnal Manajemen DayaSaing* 19(1):12–26. doi: 10.23917/dayasaing.v19i1.5101.
- Pratama, W., A. MM I., MPar Dra Ni Desak Made Santi Diwyarthi, MSi Henky Hotma Parlindungan Manurung, A. Par, MM Rahmi Utami, and Mba Harry Jundrio. (2022). *Manajemen Pemasaran Di Era 4.0 Penerbit Cv. Eureka Media Aksara*.
- Widodo, Arry, & Putri, A., S., A. (2017). “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi Pada Pengguna Instagram Di Indonesia (Studi Pada Followers Akun Kementerian Pariwisata @Indtravel).” *Journal of Secretary and Business Administration* 1(1):18. doi: 10.31104/jsab.v1i1.8.

Wongsunopparat, Sumas, & Binmei, D. (2021). “*Factors Influencing Purchase Decision of Chinese Consumer under Live Streaming E-Commerce Model.*” *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development* 9(2). doi: 10.15640/jsbed.v9n2a1.

Zami, Rifqi, Z. (2023). “*Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Online Customer Review.*” 1–16.

