

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., Azmi, M. A., Abdurrahman, U. K. H., Pekalongan, W., & Tengah, J. (2022). Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store (Digital Marketing Analysis of Tiktok Live as a Strategy to Market Anjab Store MSME products). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.35912/JBPD.v2i1.2007>
- Al Jonet, A. S. H., Purwanto, S., & Ariescy, R. R. (2024). Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming terhadap Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 285. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1598>
- Alfayed Erico, et al. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1.
- Anwar, C. A., Risma, Septiani, N., Fitriani, N., Purnama, Sulaيمان, R. A., Rivai, A. A., Idil, D. I., Rahman, M. R., Nurmalasari, C., & Hanapi, W. (n.d.). *Belajar Dari Rumah Difusi dan Inovasi Pendidikan Di Masa Pandemi*.
- Ayu, N., Dewi, P., Utami, S., Dwi, K. A., & Pradnyandari, R. (2021). *Fashion For Alpha Generation* (Vol. 1, Issue 1).
- Bernadus, D. A. (2024). *Perkembangan E-Commerce di Indonesia: Peluang, Tantangan, dan Transformasi Ekonomi Digital*. Binus. <https://binus.ac.id/bekasi/2024/11/perkembangan-e-commerce-di-indonesia-peluang-tantangan-dan-transformasi-ekonomi-digital/>
- Chasanah, U., Widya, S., Yogyakarta, W., & Mathori, M. (2021). Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, dan Norma Subyektif pada Marketplace di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 12(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Erlik Budiharja, G. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di kota Pati* (Vol. 8).
- Erlinda Dwi Prastiwi, & Ety Dwi Susanti. (2024a). Pengaruh Customer Trust dan Fitur Live Streaming pada Aplikasi Shopee Terhadap Impulse Buying dalam Pembelian Produk Fashion dan Aksesoris Oleh Masyarakat: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2082>
- Erlinda Dwi Prastiwi, & Ety Dwi Susanti. (2024b). Pengaruh Customer Trust dan Fitur Live Streaming pada Aplikasi Shopee Terhadap Impulse Buying dalam Pembelian Produk Fashion dan Aksesoris Oleh Masyarakat: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2082>

- Erwin, Subagja, A. D., Hansopaheluwakan, S., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Digital Bisnis : Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini* (Sepriano & Y. Agusdi, Eds.; cetakan pertama). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadila, M. (2018). *Belajar Tata Busana: Mudah dan Menyenangkan* (E. Swaesti, Ed.; cetakan pertama). Lembaga Kajian Profesi.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). *COVID-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing* (Vol. 4, Issue 1).
- Farera, A., Diarya, G., & Raida, V. (2023a). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey di Surabaya dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Farera, A., Diarya, G., & Raida, V. (2023b). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey di Surabaya dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Fauziyah, A. N. (2024). Pengaruh Kredibilitas Streamer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di E-commerce. *Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*.
- Ferial Hady, I., Izzuddin, A., Gunawan Wibowo, Y., Muhammadiyah Jember, U., & Author, C. (2023). The Influence Of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Diskon, Live Streaming Shopping, and Payment Methods On Impulse Buying Fashion Products On The Shopee Marketplace. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(3), 455–470. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i3>
- Fitria Nurjanah, S., Rahayu Kurniati, R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee. In *JIAGABI* (Vol. 8, Issue 3).
- Gabryella, C., Setyabudi, D., Naryoso, A., Studi, P. S., & Komunikasi, I. (2024). *Pengaruh Intensitas Menonton Live Streaming TikTok Live dan Product Knowledge di TikTok Shop Terhadap Minat Beli Gen Z Pada Produk Fashion*. <https://fisip.undip.ac.id/>
- Geary, K., 1✉, S., & Sudjiman, P. E. (2024). Pengaruh Live Streaming Onlineshop Dan Layanan Gratis Ongkir Terhadap Minat Keputusan Pembelian Produk Fashion Toko Onlineshop Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 5101–5117.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2024). *Fenomena TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Modern* (Vol. 17, Issue 1).

Hara. (2024). *Pengaruh Maraknya Penjualan Online Terhadap Penjualan Offline*.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.

Jannah, S. R., Khoirunnisa, Z., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Korean Wave Dalam Fashion Style Remaja Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan Dan Agama*, 1(3), 11–20. <https://doi.org/10.59024/jipa.v1i3.219>

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. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>

Muzamaroh, Z., & Aestetika, M. (n.d.). *Strategi Pemasaran Malaikamoza Melalui Live Streaming Tiktok Shop* Malaikamoza's Marketing Strategy Through Tiktok Shop Live Streaming. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/11/10-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di->

ninjapress. (2022). *Suara UKM Negeri Vol.2 Indonesia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/meta-prospek-ecommerce-indonesia-masih-positif-pada-2022>

Nugroho, B. A. (2018). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Andi.

Nurhasanah, S., & Vikaliana, R. (2021). *Statistika Sosial*. Salemba Humanika.

Nurohman, D. A. (2021). *Konten Kreator* (Stefan, Ed.). Elmarkazi.

Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*.

Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497–506. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865>

Purbasari, D. M., & Respati, M. R. (2024). Electronic Word Of Mouth Saat Penjualan Live Streaming Shopee Dalam Meningkatkan Impulse Buying. *Jurnal Maneksi*.

Rachmat Prasetya, F., Suhud, U., & Aditya, S. (2023). Menguji Faktor–Faktor Determinasi Belanja Produk Fashion Apparel Saat Live Streaming Di Media Sosial. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1349–1364. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.647>

Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (n.d.). *Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok*. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>

- Sapa, F. Y., Tumbel, A. L., & Lumanauw, B. (2023). Pengaruh Live Streaming, Price Discount dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi yang Menggunakan TikTok Shop. *Jurnal EMBA*, Vol. 11(Live Streaming, Price Discount, Free Shipping dan Impulse Buying). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51910>
- Sari, A. I., Prabawati, M., Esty, D., & Arrsy, N. (2023b). *The Influence of Instagram Influencers on Impulse Buying Fashion Products* (Vol. 11, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/teknobuga.v11i1.43078>
- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jesya*, 7(1), 970–980. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1505>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta,cv.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta,cv.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, A. (2023). The Influence of Live Streaming and Trust on Impulsive Buying in The Purchase Of Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintificid 2 \*Corresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sukardi, H. M. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (R. Damayanti, Ed.). Bumi Aksara.
- Syaputra, A., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2024). *Pengaruh Video Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko London Fashion Padangsidimpuan)*.
- Tim @psikologiindonesia dan @icampusindonesia. (2023). *Rahasia Meraih Peluang Bisnis Dengan TikTok Shop*. Andi.
- Ubaedilah, N., Puji Isyanto, & Asep Darajatul Romli. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Impulsif Pada Pengguna Tiktok Shop. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 46–56. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.875>
- Valentina, F., Sutianingsih, Nurbaiti, A. D., & Octaviyani, P. P. (2024). *Strategi Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Reviews untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Konsumen* (Vol. 1, Issue 1).
- Velarosdela, R. Nuris. (2021, March 24). *Menilik Alasan Jakarta yang Menjadi Magnet Urbanisasi*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/03/24/09141451/menilik-alasan-jakarta-yang-menjadi-magnet-urbanisasi>

Venia, M., & Marzuki, F. (n.d.). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna E-commerce)* (Vol. 2).

Wahyuni, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. PT Rekacipta Proxy Media.

Yulius, A., & Aprillia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Pembelian Impulsif Pada Platform TikTok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(4), 809–821. [www.jim.usk.ac.id/ekm](http://www.jim.usk.ac.id/ekm)

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Januari-Juni*, 7(1), 17–23.

