

## DAFTAR PUSTAKA

- Amada, Y. C. (2024). *Pengaruh Social Media Live Streaming Tiktok, Persepsi Harga, dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Produk Skintific di Boyolali*. Universitas Islam Negeri Raden Massaid Surakarta.
- Annur, C. M. (2022). *Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1495a09cd46b53b/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Arianto, B., & Rani, R. (2024). *Pemasaran Media Sosial* (D. H. Sari, H. S. Kusno, D. S. Retno, & G. Gozali, Eds.). Borneo Novelty Publishing.
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>
- Dewi, W. A. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Brand Jiniso pada Aplikasi TikTok di Kota Malang)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Editia, Y. D., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Rosyad, S. (2025). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Media Sosial Tiktok ( Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Kabupaten Lamongan )*. 3(1), 165–176.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). The Influence Of Tiktok Live Video Streaming, Price Discounts, and Free Shipping On Purchase Decision. *Perfect Education Fairy*, 1(2), 36–44. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56442/pef.v1i2.305>
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*. <https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%2C%20Buku%20Dasar-dasar%20Statistika%20untuk%20Penelitian.pdf>
- Fongo, P. (2021). *Celebrity Endorser & Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Belanja Online Kaum Milenial*. Literasi Nusantara Abadi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamruni, Syaddad, I. A., Zakiah, & Putri, D. I. I. (2021). *Teori Belajar Behaviorisme dalam Perspektif Pemikiran Tokoh-tokohnya*. Pascasarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hardani, H., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hasanah, U., Ajizah, N., & Huda, M. (2025). *Pengaruh Trend Fashion , Content Creator , dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Aplikasi Tiktok (Followers Tiktok @ secaca . id)*. 5(1), 1–9.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Joshi, C., Sejuwal, N., Panta, S., & Niroula, A. K. (2025). Social Media Marketing and Consumer Buying Behavior. *International Journal of Atharva*, 3(1), 111–120. <https://doi.org/10.3126/ija.v3i1.76722>
- Kurniawan, F., Raharji, A., Fitriyanto, Umairroh, F., & A., B. M. (2023). Dampak Terpaan Iklan Shopee COD terhadap Minat Beli Perempuan. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(2), 433–440. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Liu, J., Xu, Q., & Sun, Z. (2022). Joint Optimization Decision of Online Retailers' Pricing and Live-Streaming Effort in the Postepidemic Era. *Complexity*, 4, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2022/8762922>
- Liu, X. (2022). Dynamic Coupon Targeting Using Batch Deep Reinforcement Learning: An Application to Livestream Shopping. *Marketing Science*, 42(4), 637–658. <https://doi.org/10.1287/mksc.2022.1403>
- Lu, B., & Chen, Z. (2021). Live streaming commerce and consumers' purchase intention: An uncertainty reduction perspective. *Information and Management*, 58(7), 103509. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103509>
- Makiya, K. R., Prasetyo, H., Kiswantoro, A., & Noviati, F. (2023). *Analisis Bibiometrik Untuk Menganalisis Keterkaitan Psikologi Dalam Pariwisata*. 6, 611–621.
- Ningrum, D. F., & Umaroh, L. (2024). Efektivitas Strategi Live Streaming dalam Meningkatkan Minat Beli Generasi Z: Pendekatan AIDA pada Produk Kecantikan di E-Commerce Shopee. *Jurnal Bina Manajemen*, 13(1), 113–127.

- Nugraheni, R. H. (2023). *Pengaruh Live Streaming Shopping Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Skintific*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Nugroho, M. I., Doni Damara, R., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 35–44.
- Nurfaizah, S., Komalawati, K., & Mulyani, A. (2024). ANALISIS BIBLIOMETRIK TREN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN. *Maslahah: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 48–63.
- Pardosi, P. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia Live Streaming*. Penerbit Buku Indonesia.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *Media Edu Pustaka*.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Ramadhan, I. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi*. Universitas Jambi.
- Riandi, M. M., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Potongan Harga, Live Streaming, dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi TiktokShop. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2101–2109. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2528>
- Rifiani, P., Yuni Dharta, F., & Oxygentri, O. (2022). Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Eksplanatori pada Pengikut Media Sosial Instagram @fadiljaidi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2022(12), 289–301. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6944728>.
- Rosyida, S. H., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Letak Geografis terhadap Loyalitas Pelanggan pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 656–665.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sarah, S., & Sobari, N. (2022). the Effect of Live Streaming on Purchase Intention of E-Commerce Customers. *International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 6, 282–290.
- Šimková, E. (2014). Psychology and its Application in Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114, 317–321. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.704>

- Sitanggang, A. S., Mahandika, A., Solehin, F., Wirasoemantri, R. D. R. H., & Ghifari, M. N. Al. (2024). Pengaruh Diskon pada Live Streaming Tiktok Shop terhadap Minat Beli Konsumen. *Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, 06(3), 25–34.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World,"* 1–18. <http://hdl.handle.net/10419/238054>
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Deepublish.
- Surjandy, Candra, S., & Agatha, J. (2024). Analysis of Essential Factors in Live Streaming Shopping That Influence Purchase Intention. *2024 International Conference on Smart Computing, IoT and Machine Learning, SIML 2024*, 161–166. <https://doi.org/10.1109/SIML61815.2024.10578229>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara. <https://infobrand.id/perilaku-konsumen-di-era-digital.phtml>
- Wongkitrungrueng, A., Dehouche, N., & Assarut, N. (2020). Live streaming commerce from the sellers' perspective: implications for online relationship marketing. *Journal of Marketing Management*, 36(5–6), 488–518. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1748895>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Zahro, N. F. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Discount terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi Produk Wardah di Kota Malanh (Studi Kasus Wardah Official Shop di Shopee)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.