

DAFTAR PUSAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Ahdiat, A. (2023). *5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak di indonesia (kuartal I 2023)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Annur, C. M. (2022). *Platform belanja online lewat siaran langsung paling banyak digunakan*.Databoks.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Ansori. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Arfah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovai Pratama Internasional.
- Arif Yusuf Alghifari & Tri Septin Muji Rahayu. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee. *Derivatif: Jurnal Manajemen, Vol. 15 No.*
- Armstrong dan Kotler. (2015). *Marketing An Introduction Twelfth Edition*. Pearson Education Limited.
- Ary Dwi Anjarini, Aria Mulyapradana, Aria Elshifa, & Khafidzin. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada Umkm Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.154>
- Aryadi, J., dan O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, Vol. 1 No.
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p946-953>
- Astuti dan Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian tidak terencana (Impulse Buying)(studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis, Vol.5 No.2*.

- Bunyamin, B., & Baso, M. I. H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Motor Suzuki pada PT Sinar Galesong Mandiri Di Makassar. *MACAKKA Journal*, Vol.2 No.2.
- Chandra, A., Wijaya, F., Angelia, & Hayati, K. (2021). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Total Assets Turnover, Firm Size, dan Current Ratio terhadap Return on Assets. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, Vol. 2 No.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775>
- Fauzi, B., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Management Reviews*, 5(1), 621–631. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Fauziah, F. (2020). Strategi komunikasi bisnis online shop “shoppe” dalam meningkatkan penjualan. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, Vol 1. No.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>
- 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(21), 290–303.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Market Place Shopee Social Media Marketing*. PT Iovasi Pratama Internasional.
- Hery. (2019). Dampak Strategi Pemasaran Pariwisata terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pantai Wisata Labuhan Jukung Krui Kabupaten Pesisir Barat). *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 3 No.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra

- Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, Vol. 53 No, 1689-1699.
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon dan Garansi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, Vol. 9, No.
- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924–942. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2506>
- Kumala, F. O. N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 6 No.
- Kusumaningrum, D. A., & Setiawan, D. P. (2021). Pengaruh Promo Cashback Berbagai Jenis e-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Chatime Indonesia). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 139. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i2.9396>
- Labibah, Z. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel Di Situs Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2), 1–13. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5777/5076>
- Lisлиндawati, Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023*, 1–10.
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman. *MBR (Management and Business Review)*, Vol. 5 No.
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Mahmudah, A. R. (2020). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA PENGUNJUNG RITA PASARAYA WONOSOBO (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290–299. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>

- Marisi, B.-B. D. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Maulana, T., & Susandy, G. (2019). the Influence of Viral Marketing and Price Discounts Through Social Media Instagram To Purchase Decision on Marketplace Shopee. *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2), 8–8. <http://www.ojs.stiesa.ac.id/index.php/dimensia/article/view/115>
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). 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), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. CV Media Sains Indonesia.
- Mustajab, R. (2023). *enggunaan e-commerce RI diproyeksi capai 196,47 juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>
- Ning. (2021). List Price and Discount in a Stochastic Selling Process. *Journal of Marketing Science*.
- Nopisari, N., Musnaini, M., & Devi, W. S. G. R. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v3i1.320>
- Nugraha. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/28825/28140>
- Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 3 No.*
- Puspitarini, D. S. dan R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi

- (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, Vol. 3, No.
- Putri, D. (2023). *Pengaruh harga, voucher diskon, dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan layanan grabfood*. Skripsi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Rade.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3), 403–416. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Ramadhani, M. D., Gde, T., & Sukawati, R. (2020). The role of customer satisfaction mediates the effect of service quality and quality of the shopee. co. id website on repurchase intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Vol. 5 No.
- Rispawati, D., & Mataram, S. T. I. A. (2020). Analisis Optimalisasi Promotion Mix Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Jasa Dan Pelayanan Pada Grand Royal Bil Hotel (Desa Batujai Kecamatan Praya Barat-Lombok Tengah). *MEDIA BINA ILMIAH*, Vol 14 No.
- Riyanto, S. & Hatmawan, A. . (2020). *Metode Riset Penelitian Kualitatif*. Deepublish.
- Rohmaniah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*, 108.
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 10 No.
- Safira, S. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Survey Pada Pelanggan Shopee Jakarta Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sari Adelina Harahap. (2022). Pengaruh Role Stress Karyawan dan Kompensasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Medan. *Doctoral Dissertation: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Sari, R. K. (2019). Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Peajar. *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMUS 2018*, 185–191.
- Sholekah, S. A., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Diskon

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Advance Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1718–1724.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1718-1724>

Siregar, F. S., & Purnama, H. (2022). Analisis Pengelolaan Branding Perusahaan Etapasbar Melalui Pendekatan Content Marketing Di Instagram. *EProceedings* ..., 9(2), 1237–1243.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17568%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17568/17313>

Song, C., & Liu, Y. I. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *The 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society*.

Sri Rahmayanti dan Rizky Dermawan. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, Vol. 6 No.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.

Wongkitrungrueng & Assarut. (2020). The Role of Live Streaming in Building Consumer Trust and Engagement with Social Commerce Sellers. *Jornal of Busines Research*.

Yohanda, A. R., Masdupi, E., & Engriani, Y. (2019). The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 1–8.
<https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/5514/0>