

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2023). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)*. Data Books. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- Al Hafizi, A. N., & Ali, H. (2021). *PURCHASE INTENTION AND PURCHASE DECISION MODEL: MULTI CHANNEL MARKETING AND DISCOUNT ON MEDCOM.ID ONLINE NEWS PORTAL*. 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z. *JURNAL EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 10. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis248>
- 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>
- Bhatt, J., & Bhaskarbhai, B. (2020). *Our Heritage Exploring Customer Experience in Service Sector to Convert Customers Into Advocates: An Exploratory Research With Special Reference To Indian Retail Banks*. 68(1), 9270–9277. <https://www.researchgate.net/publication/344604374>
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan (2022)*. Databok.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Dewi, N. N., & PS, N. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Onlinemenggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 8. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Fahmi, M. A., & Retnowati, W. (2024). *Pengaruh Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulsive Buying Pada Ruby Supermarket Kecamatan Terara Lombok Timur*. 2(1).

- Femy Mulya, M., & Rismawati, N. (2021). Analisis Dan Perancangan Sistem E-Commerce Berbasis Cloud Enterprise Resource Planning Menggunakan Odoo 14. In *Jurnal Sistem Komputer dan Kecerdasan Buatan* (Vol. 5).
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022a). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022b). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Gahler, M., Klein, J. F., & Paul, M. (2019). Measuring Customer Experiences: A Text-Based and Pictorial Scale. *Marketing Science Institute Working Paper Series*, 19(119), 1–54.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit UNDIP.
- Huang, Y., & Suo, L. (2021). Factors Affecting Chinese Consumers' Impulse Buying Decision of Live Streaming E-Commerce. *Asian Social Science*, 17(5), 16. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n5p16>
- kontan.co.id. (2023). *Live Shopping Jadi Tren Belanja Online, Platform E-commerce Mana yang Paling Popular?* Industri.Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/live-shopping-jadi-tren-belanja-online-platform-e-commerce-mana-yang-paling-popular>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (I. Pearson Pretice Hall, Ed.; 15th Editi).
- Li, M., Wang, Q., & Cao, Y. (2022). Understanding Consumer Online Impulse Buying in Live Streaming E-Commerce. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph19074378>
- Liantifa, M., & Haryono, G. (2022). Discount, Promotion Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop. *Al-Dzahab*, 3(1), 10–20. <https://doi.org/10.32939/dhb.v3i1.1033>
- Lislindawati, Yusminar Wahyuningsih, & Saputra, M. (2023). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*.

- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023a). 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) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pa. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671.
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023b). 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) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pa. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nur, M., & Jumiati, J. (2022). PENGARUH HARGA PAKET INTERNET DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN KARTU PERDANA INTERNET TELKOMSEL (Studi pada Masyarakat Kota Sigli Kabupaten Pidie). *Jurnal Ekobismen*, 2(2), 49–64. <https://doi.org/10.47647/jeko.v2i2.593>
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>
- Putta, A. P., & Saluy, A. B. (2019). Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Lazada Di Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/indikator.2019.v3i3.002>
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Ridhwan Mustajab. (2023, September 4). *Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. <https://DataIndonesia.Id/Ekonomi-Digital/Detail/Pengguna-Ecommerce-Ri-Diproyeksi-Capai-19647-Juta-Pada-2023>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 6 Bu). Salemba Empat.
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS, BRAND IMAGE AND CUSTOMER TRUST ON PURCHASING DECISIONS IN ALFAMIDI KEC. TOBELO TENGAH. In *Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3).

- Solikhin, R. (2023). Perkembangan dan Urgensi Penerapan Online Dispute Resolution (ODR) dalam Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik di Indonesia. *Padjadjaran Law Review*, 11(1), 66–80. <https://doi.org/10.56895/plr.v11i1.1235>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, A. (2023). The Influence of Live Streaming and Trust on Impulsive Buying in The Purchase Of Skintific Skincare Products. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2).
- Suyono Arikunto. (2013). *Cara Dahsyat Membuat Skripsi (Ed.1 Cet.1, p. 323 halaman)*.
- Taufikur Rahman, & Rena Feri Wijayanti. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 232–239. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20558>
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Wulandari, R., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cafe Kenalin Ini Kopi Karawang. *Business and Investment Review*, 1(3), 44–53. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i3.15>