

DAFTAR PUSTAKA

- Adzan, I., Ardhya Bisma, M., & Fayaqun, R. (2023). Penengaruh Logistics Quality Terhadap Loyalitas dengan Keputusan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Freight Forwarding Divisi Sea Freight Di PT HRW. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 764–776.
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya*.
- Agustin, K. (2020). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Rattan Handmade Pekanbaru*.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Alviyana Dewi Sudrajat, P., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). The Influence Of Online Customer Reviews And Information Quality On Purchasing Decisions With E-Trust As An Intervening Variable On Shopee Live Features Pengaruh Online Customer Review Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Fitur Shopee Live. Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Nomor 2). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). *Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut Akun @skintific_id*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10077520>
- Aprianti, A., & Putri Derajat, S. (2025a). *JURNAL KRAKATAU INDONESIAN OF MULTIDISCIPLINARY JOURNALS PENGARUH STRATEGI HARGA DISKON DAN LIVE STREAMING INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEN-Z PADA APLIKASI SHOOPPE*. <http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/krakatau/index>
- Aprianti, A., & Putri Derajat, S. (2025b). *JURNAL KRAKATAU INDONESIAN OF MULTIDISCIPLINARY JOURNALS PENGARUH STRATEGI HARGA DISKON DAN LIVE STREAMING INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEN-Z PADA APLIKASI SHOOPPE*. <http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/krakatau/index>
- Asman. (2021). *Sumber Data, Populasi, dan Sampel Penelitian Hukum Islam*.
- Aurelia, F., Muhammad, D., & Nawawi, T. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction, Perceived Value. Dalam *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan: Vol. III* (Nomor 1).
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., & Purnami, S. (2021). *PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS GLOW PADA MAHASIWA DI KOTA MEDAN*.

- BPS. (2023, Februari 28). *Statistical Yearbook of Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). *Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop*. 7(2). <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n2.p157-167>
- Damanik, R. P. A., Abdurahman, A., Permana, H., Pratiwi, L. S., & Setyaningrum, R. P. (2024). Global : Jurnal Lentera BITEP Pengaruh Live Streaming Selling Dan Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Lentera BITEP*, 2(3). <https://lenteranusa.id/>
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). *Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) RESEARCH DATA COLLECTION*. <https://ijssr.ridwaninstitute.co.id/>
- David, K. A., Fojas, K., Malonzo, A. M., & Moreno, D. E. (2025). Socio-Technical Enablers: do they influence trust information and purchase decision in livestream shopping commerce. *IEEE Explore*.
- Diarya, A. F. G., & Raida, V. (2023). PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PRODUK JIMS HONEY DI SURABAYA DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, L., & Indira, C. K. (2021). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur “Shopee” Live*. 16, 46–52.
- Firman, F., & Nurjihadi, M. (2023). Minat Penggunaan M-Banking Bank Konvensional di Kabupaten Sumbawa: Implementasi Technology Acceptance Model. *BIOS : Jurnal Teknologi Informasi dan Rekayasa Komputer*, 4(1), 25–33. <https://doi.org/10.37148/bios.v4i1.62>
- Hastuti, W., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2), 494–505.
- He, T., Chen, Y., Song, C., Li, C., Liu, J., & Huang, J. (2023). Reliability and validity of the Chinese version of the Self-Efficacy Perception Scale for Administrator Nurses. *International Journal of Nursing Sciences*, 10(4), 503–510. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2023.09.015>
- Hermawati, A. (2023). *Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>
- Hermina, D., Huda, N., & Mushofa. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. Dalam *Syntax Admiration* (Vol. 5, Nomor 12).
- Hossain, Md. A., Kalam, A., Nuruzzaman, Md., & Kim, M. (2023). The Power of Live-Streaming in Consumers’ Purchasing Decision. *Sage Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231197903>
- Hulu, N., Amril, & Siregar, H. (2019). The Effect of Price and Location On Purchasing Decisions at The Swalayan Maju Bersama MMTC Medan.

International Journal of Trend Scientific Research and Deveopment (IJTSRD), 3(6), 9–16.

- Kadek Masakazu, O., Kusuma, T. M., Ketut, I., Suniantara, P., Suwardika, G., Putu, N., & Hendayanti, N. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS TERBUKA DENGAN TRUST SEBAGAI INTERVENING. *Maret*, 1(10).
- Kamanda, S. V. (2023). *Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. 2.
- Kartika, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee di Semarang. *JPRO*, 2(1).
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4)
- Kotler, Keller, & Chernev. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lestari, A. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DALAM MENGGUNAKAN E-COMMERCE SHOPEE DI MAJENE SULAWESI BARAT. 10(2). <http://ejournal.fikom-unasman.ac.id>
- Lubis, F. F. (2025). Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Impulsive Buying Pada Produk Skincare (Penelitian Kasus Pada Penggunaan Platform Tiktok Shop). *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 5(3).
- Martias, L. D. (2021). STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Maslucha, L., & Ajizah, N. (2023). *Pengaruh Live Streaming Tiktok, Brand Minded, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett* (Vol. 2, Nomor 4).
- Megantara, H. C., & Oscar, B. (2020). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10. www.kompas.com
- Memon, M. A., Ramayah, T., Cheah, J. H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS: A REVIEW. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), i–xiv. [https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)06)
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramadhani, E. (23M). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2).
- Muin, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Literasi Nusantara Abadi.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N., & Lestariningsih, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga* (Vol. 1). Insight Mediatama.

- Nurhayati, S., Sarjita, & Cahyono, E. (2023). Pengaruh Rating Penilaian dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Konsumen pada Penggunaan Toko Online Shopee. *Prima Ekonomika*, 14.
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (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) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 4). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT)*. 2(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Permatasari, S. M., Fadhil, M., Hamid, U., & Mulang, H. (2025). Model Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Layanan, Harga, dan Kualitas Produk Pada Online Tiktok Shop. *Center of Economic Students Journal*, 8(2), 708–720.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Purboyo, P., Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., & Syamsuri, S. (2021). *PERILAKU KONSUMEN (TINJAUAN KONSEPTUAL PRAKTIS)*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/rwy65>
- Purnama, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Pulo Brayan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 2154–2162. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4993>
- Putri, A. K. (2025). *Pengaruh Live Streaming, Influencer, Endorsement, dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z)*. STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). ragatirta 2020. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan*, Vol 7 No 2, 143–152.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Re view Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344.

- Ramadhanti, S. P., Buchdadi, A. D., & Fawaiq, M. (2023). Determinan Adopsi Dompot Digital: Perceived Ease of Use, Trust, dan Perceived Usefulness. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1).
- Ramadhayanti, A. (2023). Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 7(1), 117–128.
- Regina, S. P. (2025). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Merek Jims Honey yang Dimediasi Oleh Niat Beli di Tiktok Shop*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rinda, P. A. D., Abdurahman, A., Permana, H., Sekar Pratiwi, L., & Purwani Setyaningrum, R. (2024). Global : Jurnal Lentera BITEP Pengaruh Live Streaming Selling Dan Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Lentera BITEP*, 2. <https://lenteranusa.id/>
- Safitri, F., Fandiyanto, R., Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurrahman Saleh, F., & Timur, J. (2024). *Peran Minat Beli Dalam Memoderasi Pengaruh FlashSale, Gratis Ongkir dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di E-Commerce Tiktok Shop* (Vol. 1, Nomor 1). <https://unars.ac.id/ojs/index.php/JDBR>
- Safitri, R. A. N., Rayhan Gunaningrat, & Indra Hastuti. (2025). Apakah Live Shopping dan Diskon berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(3), 373–382. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4891>
- Sari, S. H. P. S., Muhdir, I., Soegandar, D., & Wibowo, M. G. (2021). Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1581–1593. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3149>
- Septiani, L. (2023). *Live Streaming TikTok Kalahkan Shopee di Indonesia*. Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *WINTER JOURNAL*, 1(1).
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). *The Effect of Live-streaming Shopping on the Consumer's Perceived Risk and Purchase Intention in China*. <https://hdl.handle.net/10419/238054>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sulistiawan, A., Sari, E. Y. D., & Situmorang, N. Z. (2021). Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komitmen Organisasi dengan Pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 10(1), 61–68.
- Sumariani, N. P. A. (2025). Factors Influencing Customer Trust in Financial Institutions: A Systematic Literature Review. *JUSTBEST Journal of*

- Sustainable Business and Management*, 5(1), 47–56.
<https://doi.org/10.52432/justbest.5.1.47-56>
- Sunanto. (2024). *Pengaruh live streaming characteristics dan product type terhadap impulsive buying melalui trust dan flow experience dalam live streaming commerce pada platform tiktok di Indonesia*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Nomor 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Utami, R. A., & Kussudyarsana. (2024). Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azarine Cosmetic Untuk Meningkatkan Brand Image dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen. *Jurnal Akutansi dan Pajak*, 24(2), 1–6.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behaviour in The Digital Era 4.0* (M. Pradana, Ed.; Edisi Indonesia). CV. Eureka Media Aksara.
- Widiastuti, L. P., Nonik, K. N., & Maharani, B. D. (2024). The Influence of Live Streaming Commerce on Purchase Intention Based on The Stimulus-Organism-Response (SOR) Framework of Aerostreet Live Stream Consumers in Shopee E-Commerce. Dalam *International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Nomor 4).
- Widodo, A. D. (2021). *Analisis Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Keterikatan Pelanggan Melalui Mediasi Komitmen Afektif dan Kepercayaan Pelanggan Hotel Aston Inn Batu di Era New Normal*.
- Wijayanti, R., Paramita, D., Rizal, M. M. N., Riza, C., & Sulistyan, B. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (A. Z. el Mazwa & M. Mursyid, Ed.; 3 ed.). Widya Gama Press.
- Xiao, Q., Wan, S., Zhang, X., Siponen, M., Qu, L., & Li, X. (2022). How consumers' perceptions differ towards the design features of mobile live streaming shopping platform: A mixed-method investigation of respondents from Taobao Live. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 69, 103098. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103098>
- Yang, G., Chaiyasoonthorn, W., & Chaveesuk, S. (2024). Exploring the influence of live streaming on consumer purchase intention: A structural equation modeling approach in the Chinese E-commerce sector. *Acta Psychologica*, 249. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104415>
- Yuarti, Y. V., Purwati, T., Tima, E. M., & Rakhmadian, M. (t.t.). *Pengaruh Live streaming TikTok Shop Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Beli Konsumen*. <https://doi.org/10.33503/prosiding.v1i01>
- Zhang, L., Chen, M., & Zamil, A. M. A. (2023). Live stream marketing and consumers' purchase intention: An IT affordance perspective using the S-

O-R paradigm. *Frontiers in Psychology*, 14.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1069050>

