

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Amin, D. E. R. dan Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*. 7(1).
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Airlangga University Press.
- Berita Hari Ini. (2020). *Ini Asal Muasal TikTok Yang Kini Mendunia*. Kumparan. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/full>. Diakses pada 17 November 2023.
- Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA*, 10(3).
- DataIndonesia.id (We Are Social). (2023). "Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia". <https://dataIndonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>. Diakses pada 10 Oktober 2023 dari
- Faradiba, B. dan 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).
- Fransiska, V., dan Paramita, S. (2020). Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram. *Prologia*. 4(1)
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the world's research)*.
- Hair, J. F., et al. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*. 30(1).
- Halim, F., Sherly, dan Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Indriyani, T., dan Herlina, R. (2021). Makna Interaksi Host Dengan Penonton Saat Live. *Jurnal Profesional*, 8(2).
- Irwan dan Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya. *Jurnal Teknosains*. 9(1). 53-68.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.

- Maczuga, P. et al. (2015). *Content Marketing Handbook-Simple Ways to Innovate Your Marketing Approach. Content Marketing Expert.*
- Maharani, S. dan Dirgantara I M. B. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 9(02). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Mindiasari I.I et al. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 7 (3).
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online.
- Mulyana, A. P. dan Djamzuri, M. I. (2022). Teknologi Tokopedia Play Live Shoooping Dalam Perspektif Ekologi Media Konvergensi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*. 6(3).
- Nada, F., Ramadhayanti, A., dan Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*. 1.
- Nurivananda, S.M. dan Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 4(4).
- Putra, A.P.Y et al. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital UPI Di TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. 6(1).
- Rahmayanti, S. dan Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *Journal of Management & Business*. 6(1).
- Ringle, C.M. et al. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook*. Springer. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Riyanto, S., dan Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Sari, D. A. (2019). Pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samyang. <http://repository.ums.ac.id/handle/123456789/31627>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi Metode R & D*. Alfabeta Bandung.
- Tanady, E. S., dan Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Wijaya, A. et al. 2022. *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Media Sains Indonesia.
- Wulandari T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Journal Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*.
- Yazgan P, S., dan Hassan, A. (2020). The effect of digital content marketing on tourists' purchase intention. *Journal of Tourismology*.
- Yurindera, N. (2023). Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility. *Jurnal Esensi Infokom: Jurnal Esensi Sistem Informasi dan Sistem Komputer*.