

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chakti, G. 2019. *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol.1). Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Karim, A., Bangun, B., Kusmanto, Purnama, I., Harahap, S. Z., Irmayani, D., Nasution, M., Munandar, M. H., Rahmadani, & Munthe, I. R. 2021. *Pengantar Teknologi Informasi* (Issue January). Labuhanbatu: Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran* (A. H. . Anggawijaya, B. Sarwiji, & Y. Waldemar (Eds.); Milenium). Jakarta: Prnnhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of markeing 7e* (A. Widiantoro (Ed.); Bahasa Ind). Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Haardani (Eds.); keduabelas). Bandung: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Ed). Bandung: Erlangga.
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. 2021. *Manajemen pemasaran*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Jakarta: Andi.
- Zusrony, E. 2021. *Perilaku Konsumen di Era Modern* (Robby Andika Kusumajaya (Ed.)). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Referensi Lainnya

- Ambiya, K., & Faddila, S. P. 2023. Peran Live Streaming Dalam Meningkatkan Keputusan. *Marketgram Journal*, Vol. 1 No.(2), 106–113.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. 2023. Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>

- Ardani, W. 2022. Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital. In *Jurnal Tadbir Peradaban* (Vol. 2, Issue 1).
- data.goodstats.id*. 2024a. <https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S>
- data.goodstats.id*. 2024b. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>
- databoks.katadata.co.id*. 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67ca734b43927/daftar-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2025>
- Elbahar, C., & Syahputra. 2021. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kadatuan Koffie*. 8(2), 1244–1251.
- 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>
- Febriyanti, A., & Ratnasari, I. 2024. Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review dan Flash Sale. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2024(4), 50–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10499159>.
- Hakiki, S. A., & Wahjono, S. I. 2024. *Struktur organisasi di TikTok sebagai edukasi*. https://www.researchgate.net/publication/370698427_Struktur_Organisasi_Di_TikTok_Sebagai_Edukasi/link/645e38bb434e26474fe0eb6c/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Hudha, I. A. 2021. *Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Streaming Shopping Untuk Menciptakan Minat Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. 1–22. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98365>
- Kamila, T. K. 2019. *Pengaruh Online Costumer Review dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian*. https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172176/1/Korina_Tasya_Kamila.pdf
- Khairani, A., Surbakti, F. J., Siagian, M. F. R., Bangun, V. T. B., & Saragih, M. S. 2024. *Cantaka : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Pengaruh Live Streaming Selling dan Diskon Pada Aplikasi TikTok Shop Terhadap Perilaku Impulse Buying Cantaka : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 2, 126–139.
- Lislindawati, 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*, 1–10.
- Malafitri, N., Sujarwo, M., & Murdiati, S. 2022. Analisis Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis *Konsentrasi: Jurnal*, 3(1), 21.34. <https://konsentrasi.upstegal.ac.id/index.php/Konsentrasi/article/download/32/25>
- Meily Anggraini, & Feronica Simanjorang. 2023. Efektivitas Online Customer Review Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada TikTok Shop. *CONTENT: Journal of Communication Studies*, 1(02), 10–20. <https://doi.org/10.32734/cjcs.v1i02.13227>
- Muslimah, K., Aprilani, D., & Nugeraha, P. 2021. Perilaku Online Pada Perempuan Milenial Di Era Pandemic. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(2), 149–157. <https://doi.org/10.23960/jpb.v4i2.101>
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). 2024. *Survei Penetrasi Internet Indonesia*, 1–90. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Purnomo, D. S. 2023. *Internasionalisasi dan Peran Pemerintah dalam Industri Media Sosial Tiongkok (Studi Kasus: Douyin/Tiktok)*.
- Ramadillah, T. K., & Mubarak, D. A. A. 2025. Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Marketplace TikTok Shop. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11, 802–811.
- Salsabilla, N., & Handayani, T. 2023. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Saputra, G. G., & Fadhilah. 2021. Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen Inovasi*, 17(3), 505–512. <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/6920>
- Sari, I. N. 2023. *Sejarah TikTok dari aplikasi negeri panda hingga mendunia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id>
- Shabrina, V. G. 2019. Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Sinaga, A. C. 2025. *Analisis Dampak Ekonomi dan Spasial Pemesanan Makanan*

Daring Oleh Mahasiswa Terhadap Usaha Jasa Makanan yang Dikenakan Pajak di Kawasan Jatinangor. Institut Teknologi Bandung.

Situmorang, S. H., & Lutfi, M. 2014. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (3rd ed.). USU Press. https://www.researchgate.net/profile/Syafrizal-Helmi/publication/353072388_ANALISIS_DATA/links/60e6b68030e8e50c01ec2416/ANALISIS-DATA.pdf

Theorg.com. 2021. *Struktur Organisasi TikTok*. Orgio, Inc. <https://theorg.com/org/tiktok/org-chart/shouzi-chew>

Titin, A. 2021. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. In *Skripsi*. IKOPIN.

wearesocial.com. 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Wicaksana, A. H., & Nuryanto, I. 2024. Pengaruh Viral Marketing, Influencer Marketing dan Live Streaming Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 69–78.

Yane, S. N. F. A. F., Wahono, B., & Wahyuningtiyas, N. 2024. Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Pengaruh Live Streaming, Flash Sale, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA Angkatan 2020)*, 13(01), 3746–3751

Z, Z. Z., & Hermawan, A. 2025. *Social Commerce 2 . 0 : TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital*. 3.