

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Kurniawan, T & Komala Sari, D. (2024). *Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Indonesia: Peran Live Streaming, Pemasaran Viral, dan Dukungan Selebriti*. Jurnal: *Frontiers in Research Journal*. Vol. 1, No 1
- Aisyah, S. U. N. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi: UIN Raden Intan Lampung
- Amanah, N. (2021). *Pengaruh Produksi dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jsa Reguler (Studi Pada JNE Agen Tanjunganom Nganjuk)*. Skripsi. Kediri: IAIN Kediri
- Ana Ramadhayanti. (2023). *Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication*. Jurnal: *Manajemen Dewantara*. (Vol. 7, Nomor 1).
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal: *Manajemen dan Akuntansi*, 15(2), 1–13.
- Ari Nugroho, D., & Zaki Mahendra, F. (2021). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @Authenticsid)*. Jurnal: Universitas Brawijaya
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram*. Jurnal: *Ilmu Manajemen Saburai*. Vol. 07, No (02).
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). *The Influence Of Product Reviews And Marketing Content On Tiktok On Scarlett Whitening By Felicya Angelista Purchasing Decisions*. Jurnal: *E-Proceeding of Management*, Vol.8 (No.5)
- Chairina, dkk. (2020). *Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen*. Vol. 7, No. 1
- Chaniago, D., & Akbar, M. (2020). *Analisis Kemampuan Pengguna Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Dengan Metode Technology Acceptance Model (Tam)*. Jurnal: *Nasional Ilmu Komputer* (Vol. 2, Nomor 2).
- Citra Andini, M., & Nirmala Sari, T. (2023). *Pengaruh Konten Marketing, Desain Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Body Lotion Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama Medan*. Jurnal Universitas Potensi Utama. (Vol. 14, Nomor 5).

- Dewi, N. P. dkk. (2023). *Pengaruh Konten marketing dan electronic of mouth pada platform tikTok terhadap keputusan pembelian di shopee*. Jurnal: Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Vol.1 No.4
- Di, W. P. E., dkk. (2018). *Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan PT. Esa di Jakarta Barat*. Jurnal: Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni. Vol 2, No. 2
- Eva Lasfiana dan Elpanso, E. (2023). *The Influence Of Price, Trust, And Product Reviews On Online Purchase Decisions On Tiktok Shop*. Jurnal: *Management Studies and Entrepreneurship* (Vol. 4, Nomor 5).
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). *Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing*. Jurnal: Ekonomi dan Bisnis. Vol. 4, Nomor 1.
- Hasibuan, M. D. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman CV. Indo Akebono Ohta JNE Medan Petisah*. Skripsi. Medan: Universitas Medan Area
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis Islam*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. Jurnal: Manajemen. Vol 6, No. 1
- Irdewanti, E., dkk. (2023). *Strategi Content Marketing Suara Telfon untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Content Marketing Avoskin di Instagram @Suaratelfon)*. Jurnal: Common. Vol. 7
- Kartikasari, Y. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)*.
- Kurniawan, D. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Informa Jambi Town Square Kota Jambi*. Skripsi: Jambi
- Kurniawati, L., & Kridatama, P. (2019). *Pemanfaatan Teknologi Video Streaming Di LPP TVRI Jawa Barat*. Jurnal: Komunikasi. Vol 10, No.(1).
- Lestari, D. F., & Sultan, U. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon*. 6(1).
- Man, D. B. Y. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i*. Skripsi. Sumatera Utara: UIN Sumatera Utara

- Maulidiyah, E. F. et al. (2019). *Pengaruh Conten Marketing, Harga, dan Review Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine Pada Shopee*. Jurnal: Riset Manajemen. Vol. 12. No 2
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). *Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions*. Jurnal: Ilmiah Ekonomi Kita. Vol. 12, Nomor 2
- Mudzakir, S. (2022). *Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pengguna Media Sosial TikTok di Jakarta)* Skripsi. UIN Saizu Purwokerto
- Mulya Prajana, A., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). *Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live*. Jurnal: Tanra, Vol.8 Nomor (2).
- Munib, N. I. (2023). *Pengaruh Konten Marketing, Live Streaming, Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk TikTok Shop dalam Perspektif Islam*. Skripsi. IAINU Kebumen
- Nazima, R. (2019). *Pengarih Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan , Kepemilikan Manajemen Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Manajemen Risiko*. Skripsi. Semarang: Universitas Malang
- Nugroho, R. E. (2016). *Analisis Fktor-Faktor Yang MempengaruhiPengangguran di Indonesia Periode 1998-2024*. Jurnal: Pasti. Vol 10 nomor 2
- Paendong, M., Tielung, (2016). *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado*. Jurnal: Berkala Ilmiah Efisiensi
- Prayitno, D. (2009). *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate* (Edisi Pertama). Gava Media.
- Rahmawati, A. I. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kpepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal: Ilmiah Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi Kreatif. Vol 1, Nomer 1
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). *Pengaruh Live Streaming, Conten mARKETING, DAN oNLine Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya*. Journal: of Management & Business. Vol 6, No. 1

- Ramadhana, R., Fraick, M., & Ratumbuysang, N. G. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace.*
- Ramayani Yusuf et al. (2020). *Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan.* Jurnal: Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol 1, No. 2
- Retzen Lupi Nurdin Nurdin, F. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com.* Jurnal: Elektronik Sistem Informasi dan Komputer. Vol 2, No. 1
- Risma, O dkk. (2020). *Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee.* Jurnal: Education and Development. Vol 8, No.3
- Rizkya et al. (2024). *Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Shopee.* Jurnal: Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis. Vol. 5, No (1).
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). *Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian.* Jurnal: Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS). Vol. 4, No. (2)
- Sari, H. P. (2022). *Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rting terhadap Keputusan Pembelian.* Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Schiffman, L., & Ranuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip, Ed.; Edisi Ketujuh). Indeks.
- Setiowati, N. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.* Skripsi. Semarang: UIN Semarang
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, A. (2023). *The Influence of Live Streaming and Trust on Impulsive Buying in The Purchase Of Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintificid 2.* Jurnal: Management Studies and Entrepreneurship. (Vol. 4, Nomor 2).
- Sulaeman Jajuli, H. M. (2020). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Step By Step Menulis Laporan Penelitian.* Banten: Media Madani

- Togodly, E., Stientje, H., Tinneke, T., & Tumbel, M. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya*.
- Tri, K. (2020). *Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing Lewat Media Sosial Facebook*. Tim Peneliti : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Trinanda. (2023). *Pengaruh E-Servise quality, ewom, dalam perspektif ekonomi islam, dan sales promotion pada saat special event day terhadap impulse buying pengguna aplikasi shopee*. Skripsi. Kudus: IAIN Kudus
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). *Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia*. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
- Victor Kamanda, S. (2023). *Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. Vol. 2(1), 1–7.
- Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). *Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok*.
- Wijaya. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. XV (Nomor 2).
- Yoga Prasetya, A., dkk. (2021). *Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora)*. *Jurnal: Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. Vol. 12. No.(2)
- Yulianti, F. dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama