

DAFTAR REFERENSI

- Abdurasyid, H., & Setiawan, H. M. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Niat Beli pada Penjualan Online yang Dimediasi E-WOM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 59-69.
- Abednego, F., Kuswoyo, C., Lu, C., & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/JRB.V5i1.2558>
- Akbar, R., Winanda, T. Y., Rahmayani, M., Yetti, D., & Yelmi, H. (2022). Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Kampar. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.77>
- Al Kurdi, B., Alshurideh, M., Akour, I., Tariq, E., AlHamad, A., & Alzoubi, H. (2022). The effect of social media influencers' characteristics on consumer intention and attitude toward Keto products purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1135-1146.
- Alma Buchari. 2019. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Bandung Alfabeta Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. Manajemen pemasaran jilid 2, edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Andy, P.: Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, M. (n.d.). Digital Marketing.
- Arianto, Bambang, and Andriya Risdwiyanto. 2021. “Kiprah Aktor Warganet Melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus Pada #HondaBeAT.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 11(1):19. doi: 10.30588/jmp.v11i1.636.
- Asharudin, F., & Dewi, S. P. (2021). Optimalisasi Media Digital sebagai Strategi Pemasaran UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(3), 549-554.
- Astuti,M.,&Amanda,A.R.(2020).PengantarManajemenPemasaran.Deepublish.
- Awaluddin, R. (2021). Jenis-jenis digital marketing. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1, 116.

- Ayu, F. S., & Santosa, A. A. (2024). Implementasi Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Cerebrum. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 1(7), 602-612.
- Cahya, A. D., Nur Hajati, & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 09(02).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*: Pearson UK.
- Cheikh, A. B., Ferchichi, G., & Chaabani, R. (2021). *The Impact Of Social Media Influencer Marketing On Consumers' purchase Intention Of Fashionable Products: Evidence From Tunisia*. *Revue Des Etudes Multidisciplinaires En Sciences Economiques Et Sociales*, 6(2).
- Dasopang, N. (2024). E–Commerce Bisnis Dan Internet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 3(1), 8-14.
- Dastane, D. O. (2020). Impact of digital marketing on online purchase intention: Mediation effect of customer relationship management. *Journal of Asian Business Strategy*, DOI, 10, 142-158.
- Dewi, E. P. (2022). *Manajemen Pemasaran Hasil Pengelolaan Bank Sampah Melalui E-commerce*. Pale Media Prima.
- Deza, M., & Lubis, P. H. (2022). Pengaruh Diskon Harga terhadap Purchases Intentions yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen dalam Pembelian Sepatu Olah Raga Secara Online Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(1), 18-32.
- Dogra, K. (2019) The Impact of Influencer Marketing on Brand Loyalty Towards Luxury Cosmetics Brands: Comparison of Generation Z and Millennial. Modul University Vienna. Tersedia pada: https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Master/Grad_2019/Karina_Dogra_t_hesis.pdf.
- Edyansyah, T., Ahyar, J., & Ikramuddin, I. (2022). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Minat Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Kasus Pada CV. Bursa Motor Cunda Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(1).
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ferdin, F. (2023). Pengaruh Diskon, Promosi dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Tokopedia (Kota Tangerang dan Sekitarnya) (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).

- Fuadah. (2021). Analisis Strategi Promosi Melalui Penerapan Sales Promotion Dalam Perspektif Prinsip Syariah (Studi Kasus Pada Toko Pertanian Tani Berkah Desa Kubangpari Kecamatan Kersana Kabupaten Brebes).
- Garcia, LJJ, Lizcano, D., Ramos, CM. & Matos, N. (2019). Tindakan pemasaran digital yang menghasilkan daya tarik dan Loyalitas Pengguna: Sebuah Studi Analitis. *Future internet*, 11(6), 1-16.
- Ghozali, Imam. 2019. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: UNDIP
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Carlina. 2019. "Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Rubashka." "4.
- Gupta, G. (2019). Penggunaan pemasaran digital yang inklusif dalam industri pariwisata, Dalam desain sistem informasi dan kecerdasan buatan. aplikasi (him. 411-419). Singapura...Springer
- Haerunnisa, N, Z., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty influencer di Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 1(2), 46–54.
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis*, New International Edition. New Jersey: Pearson.
- Haque, I. U., Khan, S., & Mubarik, M. S. (2023). Effect of social media influencer on consumer purchase intention: A PLS-SEM study on branded luxury fashion clothing. *Journal Of Mass Communication Department, Dept Of Mass Communication, University Of Karachi*, 28.
- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Novel, A. H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Apotik Kimia Farma Aviari Batam. *JURNAL AL-AMAL*, 1(1), 14-18.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, EWOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar), 1(0), Article 0.
- Ikramuddin, I., Matriadi, F., Iis, E. Y., & Mariyudi, M. (2021). Marketing performance development: Application of the concept of digital marketing and market orientation strategy in the MSME sector. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(2), 181-190.

- Illahi, Azizun Kurnia, Dewanto Putra Fajar, and Muhammad Irawan Saputra. 2020. "Penggunaan Social Media Influencer Sebagai Usaha Membangun Budaya Masyarakat Digital Tentang Konsep Tubuh Ideal Dan Kepercayaan Diri." *Jurnal Komunikasi* 12(1):108. doi: 10.24912/jk.v12i1.7078.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.
- Indriani, N., Sudarwati, & Maryam, S. (2020). Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Diskon Harga, Keberagaman Produk, Kepercayaan Merk (Studi Pada Merek So Klin Lantai Luwes Kestalan Surakarta). *Jurnal Widya Ganecwara*, 29(3).
- Irawati, W., & Santoso, R. P. (2021). Pengaruh Promosi Online, Price Discount Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 5(2), 59-71.
- Iqbal, M. (2021). *Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh)*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7 (2), 83–93.
- Jackson, J., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1402-1412.
- Jain, A., & Ponde, S. (2019). Digital marketing: concepts & aspects. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 7(2), 260-266.
- Jufrizen, Jufrizen, Raihanah Daulay, Maya Sari, and Muhammad Irfan Nasution. 2020. "Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram." *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(2):249. doi: 10.22441/mix.2020.v10i2.008.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2)..
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 28-38.

- Mahshun, A., & Indarwati, tias andarini. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 100–111.
- Manongko, A. C., & Kambey, j. (2018). The Influence of Green Marketing on Decision Purhasing Organic Products with Interests of Buying as an Intervening Variable at Manado City, Indonesia. *International Journal Scientific Research and Management*, <https://doi.org/10.18535/ijserm/v6i5.em06>.
- Marzuki. A., Armeroe. C., dan Rahayu, 2020. *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press. Hlm 106-107
- Masyithoh, I, N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 109- 126.
- Mevia, C. R., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Online Trust Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Scarlett Whitening Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Ecopreneur*. 12, 7(1), 1-15.
- Michailidis, N., Petanidis, S., ... & Zarogoulidis, K. (2018). Personalized treatment through an inhaler device, adjustable to patient's respiratory profile.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (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), 1039–1042.
- Miya, Samukelisiwe. 2021. “According to the Influencee: A Qualitative Investigation of Factors Informing Influencee Engagement with Influencers.” 0002(August).
- Mulyati, Duwi, Olivia Windy, Endang Kurnia, and Grade Banirohim. 2021. “Peran Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Perusahaan, Komunikasi Media Sosial Yang Dibuat Pengguna Terhadap Niat Beli Dimediasi Brand Passion The Role of Company Created Social Media Communication, User Created Social Media Communications on Purchase Inte.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 22(2):304–18. doi: 10.30596/jimb.v22i2.7694.
- Munir, M. M. (2023). *Islamic Finance for Gen Z Karakter dan Kesejahteraan Finansial untuk Gen Z: Penerapan Islamic Finance sebagai Solusi*. CV. Green Publisher Indonesia.

- Mustika, W., & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Handuk Pada Marketplace “X”. *PROSIDING SERINA*, 2(1), 709-716.
- Nainggolan, N., & Parinduri, T. (2020). Pengaruh potongan harga dan bonus terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54-64.
- Nam, L. G., & Dân, H. T. (2018). Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(5), 4710–4714.
- Nawaz, Samsudeen Sabraz, and Mubarak Kaldeen. "Impact of digital marketing on purchase intention." *International Journal of Advanced Science and Technology* 29.4 (2020): 1113-1120.
- Nisa, F., & Kristaung, R. (2022). Kontribusi Influencer Pada Purchase Intention Dengan Sikap Terhadap Influencer Sebagai Variabel Mediasi. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1249-1254.
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). The Impact of Social Media Influencer And Brand Images to Purchase Intention. *Journal of Applied Management*, 17(4), 650–661. <http://dx>
- Nurohman, F., & Riptiono, S. (2021). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Brand Image dan Attitude yang Berdampak pada Purchase Intention Skin Mobile Legends melalui Review di Youtube. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1080-1092.
- Nurtirtawaty, I. Gusti Ayu Suci, Ni Gst Nym Suci Murni, Ni Ketut Bagiastuti, and Made Ruki. 2021. “Digital Marketing Strategy through Mobile Application to Increase Room Sales At Ibis Styles Bali Legian Hotel.” *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality* 4(2):93–100. doi: 10.31940/jasth.v4i2.93- 100.
- Nurvianti, R., & Hartiningtyas, L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Influencer dan Affiliate Marketing pada Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 443-456.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Parura, M. L. (2020). Pengaruh harga, kepercayaan dan promosi terhadap niat beli berbelanja online di situs shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin makassar (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Poyurak, M., & Softic, S. (2019). *Influence of social media content on consumer purchase intention: Mediation effect of brand equity*. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 12(23), 17-43
- Pradana, Aria Ahmad., dkk. 2019. Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang. JEMAP. Vol.2 No.1 April 2019.
- Pratama, I. G. S., and I. A. A. Idawati. 2021. "The Role of Digital Marketing and Business Capital in Increasing Income of Msmes in Denpasar City in the Conditions of Covid-19." *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 120(12):49–52. doi: 10.18551/rjoas.2021-12.05.
- Putri, Prisma Miardi, and R. .. Marlien. 2022. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5(1):25–36. doi: 10.36778/jesya.v5i1.510.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
- Ramadanty, Sari, Alex Maulana Muqarrabin, Wulandari Ayu Nita, and Imam Syafganti. 2020. "Examining the Effect of Persuasive Message of Beauty Vloggers on Information Acceptance of Ewom and Purchase Intention: The Study of CONSUMERS of Beauty Products in Jabodetabek, Indonesia." *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities* 28(2):763–75.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Samha, A. C., & Radandi, M. N. P. (2023). Pengaruh Media Visualisasi Dalam Memberikan Pemahaman Pada Mahasiswa. *Journal of Psychology Today*, 1(3), 193-199.
- Sandra, J. V. (2020). Pengaruh Suasana Toko dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Departement Store Pasar Besar

Malang.<https://laporan.perpustakaan.asia.ac.id/index.php?author=%22Anjaningrum%2C+Widiya+Dewi%22&search=Search&page=2>

- Saroh, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Diskon terhadap Minat Beli di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(1), 28-34.
- Savitri, & Fauji. (2021). Model Electronic Word of Mouth Dan Rating Dalam Mempengaruhi Minat Beli Pada Marketplace Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19. *Buana Ilmu*, 6(1), 1-12.
- Scholz, Joachim. 2021. "How CONSUMERS Consume Social Media Influence." *Journal of Advertising* 50(5):510–27. doi: 10.1080/00913367.2021.1980472.
- Setiawan, A., dan Putri, Y. S. 2020. The Effect of Discounts, Electronic Word of Mouth (Ewom), and Price Toward Interest In Buying In E-Commerce. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1).
- Soni, A., Khatri, G., & Ranawat, P. (2024). The Impact of Digital Marketing on Social Media Influencers' Purchasing Intentions among Adults and GenZ. *International Journal Of Multidisciplinary Research In Science, Engineering and Technology*, 7(5).
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 68–78.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan Ke-29). Penerbit ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sutisna, M. (2019). Evaluating Website Repeat Usage Using Webqual 4.0: a Guide for ECommerce Business. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 662.
- Tjiptono Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi-4, Yogyakarta : Cv. Andi Offset - -----, & Diana, Anastasia. 2020. Pemasaran, Yogyakarta : Cv. Andi Offset Sri welujeng. 2017. Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*
- Turner. (2020). Purposive sampling, (Online), (<https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>) diakses 20 September 2021
- Wang, Lei, and Jin Hwa Lee. 2021. "The Impact of K-Beauty Social Media Influencers, Sponsorship, and Product Exposure on CONSUMER

Acceptance of New Products.” *Fashion and Textiles* 8(1). doi: 10.1186/s40691-020-00239-0.

Wasiat, F. A. I., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513-532.

Wibisurya, I. (2018). *The effect of digital marketing implementation through location based advertising on customer's purchase intention*. *Binus Business Review*, 9(2), 153-161. Available at: <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i2.4618>

Widyanto, Hanif Adinugroho, and Cahya Rahmania Agusti. 2020. “Beauty Influencer in the Digital Age: How Does It Influence Purchase Intention of Generation Z?” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 13(1):1. doi: 10.25105/jmpj.v13i1.5453.

Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(6), 687-699.

Zhong, Y., Zhang, Y., Luo, M., Wei, J., Liao, S., Tan, K. L., & Yap, S. S. N. (2022). I give discounts, I share information, I interact with viewers: a predictive analysis on factors enhancing college students' purchase intention in a live-streaming shopping environment. *Young Consumers*, 23(3), 449-467.

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the factors influencing green purchase intention: A meta-analysis approach. *Frontiers in Psychology*, 12, 644020.