

DAFTAR PUSTAKA

- Alika Tazkiyah, & Nurjamilah. (2025). Pengaruh Streaming Langsung TikTok Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Lampu Provi Di Toko Alink Listrik Kabupaten Bandung. *Indonesian Journal Of Social Science And Education (Ijosse)*, 1(3), 552–563. <https://doi.org/10.62567/Ijosse.V1i3.1339>
- Ayuni, R. F. (2019). The Online Shopping Habits And E-Loyalty Of Gen Z As Natives In The Digital Era. *Journal Of Indonesian Economy And Business*, 34(2), 168. <https://doi.org/10.22146/Jieb.39848>
- Azzahra, A., Fitriani Umari, Z., Riski, O. S., & Penulis, K. (N.D.). *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi Pengaruh Interaksi Live Streaming, Kredibilitas Konten Kreator, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Kota Palembang)*. <https://doi.org/10.51903/Jupea.V6i1.5s263>
- Bariyyatul Qibtiyah, D. (2024). Daya Tarik Live Streaming TikTok Shop: Bagaimana Interaksi Langsung Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Fashion. *Ekoma : Jurnal Ekonomi*, 3(5).
- Dakhi, Paskalis. n.d. *Perilaku Konsumen: Teori, Faktor, Dan Proses Keputusan Pembelian CV. NUSANTARA PRESS INDONESIA*.(Dakhi t.t.)
- Della Irona, V., Triyani, M., Fakultas, M., & Management, M. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Smm) Corresponding Author: Vitra Della Irona*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i1>
- Fhita Fhita, Andry Stepahnie Titing, & Agus Zul Bay. (2025). The Influence Of Product Quality, Price, And Lifestyle On The Decision To Purchase Preloved Clothes In TikTok Shop. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 485–495. <https://doi.org/10.55606/Jumbiku.V5i2.5698>
- Firmansyah, D., Hari Mulyadi, & Dwinanto Priyo Susetyo. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi Dan Ekspektasi Laba. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/Jkbn.V9i2.8808>
- Homepage, J., Pembelian Pakaian Branded Preloved, K., Al Sukri, S., Ekonomi Dan Ilmu Sosial, F., & Suska Riau, U. (N.D.). *Ijbem: Indonesian Journal Of Business Economics And Management Pengaruh Brand Image, Fashion Lifestyle Dan Persepsi Harga Terhadap The Influence Of Brand Image, Fashion Lifestyle, And Price Perception On The Purchase Decision Of Branded Preloved Clothing*. 3, 44–52.
- Indrawan, L. A., & Pradana, B. I. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Live Stream Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 873–881. <https://doi.org/10.21776/Jmppk.2023.02.4.03>

- Ircham Faisal, M., & Noor Yuliati, L. (2025). Pengaruh *Live Streaming* Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast *Fashion* Generasi Z Di E-Commerce *Shopee*. In *Syntax Literate* (Vol. 10, Issue 3).
- Kurnia, R. (2025). Pengaruh *Live Streaming* Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada E-Commerce *TikTok Shop* Tokopedia (Studi Pada Pengguna E-Commerce *TikTok Shop* Tokopedia Di Kota Padang). *Journal Of Business Economics And Management*, 01(03), 452–462.
- Leonindhira, A. G., Zefanya, A. N., Tita, D. A., Adjisani, K. M., & Zuhri, S. (2024). Interaksi Lobi Dan Negosiasi Dalam Pemasaran *Live Streaming* Media Sosial *TikTok*: Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @Pucelleid. *Journal Of Internet And Software Engineering*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/Pjise.V1i3.2579>
- Mulyadi, M., Made, N., Virgiantari, P., Wirsu, I. N., Gede, L., Saputri, E. A., Nasional, U. P., & Elbajo Commudus, P. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Strategi Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *Shopeefood* Di Kota Denpasar The Influence Of Lifestyle, Promotion Strategy And Price Perception On Purchase Decisions Of *Shopeefood* Users In Denpasar City. *Sibatik Journal | Volume*, 4(5). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i5.2670>
- Puti Aliffa, S., Wardani, S., Kunci, K., Harga, :, Produk, K., & Pembelian, K. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J.Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 189–199. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Putu, N., Karuni, P., Cahyani1, E., Artha, G. A., & Narayana, D. J. (N.D.). *Upaya Pelestarian Budaya Asli Indonesia Melalui Fenomena Fomo Generasi Z Di Media Sosial TikTok Menuju Indonesia Emas*.
- Rhi Muhammad Ibnu Hibban, Karuniana Dianta A. Sebayang, & Saparuddin Mukhtar. (2025). Pengaruh Perilaku Interaktivitas *Live Streaming* Terhadap *Purchase Intention* Pada Keputusan Pembelian *thrift Shop*, Melalui Literasi Ekonomi Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada *Generasi Z* Di Provinsi Dki Jakarta. *Peng: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 438–450. <https://doi.org/10.62710/3nfk9486>
- Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Fitur *Live* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce *Shopee*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/Jemb>
- Susilawati, A., Apriani, W., Hasanah, U., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (N.D.). *Pandangan Mahasiswa Terhadap Brand Impor Dalam Praktik Konsumsi Pakaian thrift Di Kalangan Remaja*.
- Wardani, M. (2023). Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Yuika *Shop*.

Management & Accountancy in Practice Journal Pengaruh Social Media, 12(1).

Wulandari, P., Azra, S., Buana, S. A., Chesya, A., Masayu, P., & Panjaitan, C. B. (2025). Exploration The Influence Of TikTok *Live Streaming* On Increasing Consumer Purchase Interest. *Business Economic, Communication, And Social Sciences*, 7(3), 2997307. <https://doi.org/10.21512/Becossjournal.V7i3.13678>

Dudi Badruzaman, S.Sy., M.H, Dr. Zen Istiarsono, S.Pi., S.Pd., M.Pd, Nurlela SE, M.Si, Orlando A. Selly, S.Pd., M.Pd, La Ode Muhammad Rauda Agus Udaya Manarfa, S.Sos, M.Si, Nenden Nur Annisa, S.E., M.M, Asep Mulyadi, SE., M.Si, Drs. Mutakallim Sijal, M.Pd, Amalia Ma'rifatul Maghfiroh, S.Si., M.T., Dian Mutmainna, S.Pd., M.Pd., Zainal Fadri, S.Fil., M.A. (2024). METODE PENELITIAN KUANTITATIF.

Drs. Sudaryanto. Mba., Ph.D., Cma. Crme., N. Ari Subagio, M.Si., Dr. Anifatul Hanim, M.Si, Chrm., Prof. Dr. Ch. Whidya Utami, M.M. Clc., Cpm.(A), Crme. (2024). Consumer Behavior Gen Z.

I Nyoman Wara Wangsa, Gede Bayu Rahanatha, Ni Nyoman Karti Yasa, I Made Dana (2022). Promosi Penjualan untuk membangun *Electronic word of mouth* dan mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian.

Sudirwo, Apriyanto dan Daniel Adolf Ohyver (2025). Buku Referensi Strategi Pemasaran.

https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56w4s#google_vignette