

DAFTAR PUSTAKA

- A. L. Z. H., Adam Pratama Yudha Putra, Muhammad Fadhli Al Multazim, Muhammad Zhafran Hafiz, & Syti Sarah Maesaroh. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital Upi Di Tiktok Shop. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 6(01). <https://doi.org/10.30737/Jimek.V6i01.4600>
- Arifin, A. A. (2018). Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.
- Bs, S., Arizal N, & Ririn Handayani. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/Jmbt.V5i2.14231>
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). In *Ummagelang Conference Series* (Pp. 684-693).
- Damanik, R. P. A., Abdurahman, A., Permana, H., Pratiwi, S., & Setyaningrum, R. P. (2024). *Pengaruh Live Streaming Selling Dan Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian*. 02(03).
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live*.
- Hasan Bisri, M. M., & Pitoyo, P. (2022). Konten Marketing Instagram Dan Brand Image Pada Minat Penggunaan Jasa Perencana Keuangan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 190–205. <https://doi.org/10.32509/Pustakom.V5i1.1894>
- Kamanda, S. V. (2023). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. 2(1).
- Limandono, J. A., Dharmayanti, D., & Siwalankerto, J. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir

- Feb Unsrat). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.43393>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh *Live Streaming, Content Marketing*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Surabaya.
- Saputra, G. G. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/Ekuitas.V4i2.2353>
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). *The Influence Of Live Streaming And Trust On Impulsive Buying In The Purchase Of Skintific Skincare Products*.
- Setyaningsih, T. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Adi Wibowo, L. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V1i2.289>

