

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhama, P. (2022). Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Radenintan.Ac.Id*, 1–63.
- Beli, M., Keputusan Pembelian, D., & Wicaksono, Q. (2022). *Pengaruh Shopee Affiliates Program Terhadap*.
- Chalvina, F. (2024). *Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Tiktok Shop*.
- Damanik, R. P. A., Abdurahman, A., Permana, H., Pratiwi, L. S., & Setyaningrum, R. P. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling dan Online Customer Review Terhadap Kepercayaan Konsumen untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Global : Jurnal Lentera BITEP*, 02(03), 89–96.
- Damiati. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–14.
- Decianita, V., Saepudin, & Ratnawati, R. A. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Winnie Wedding Organizer dan Dekorasi di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 3(1), 9–18. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>
- Erlangga, J. (2021). Kotler, Amstrong. 2001:354. *Prinsip- Prinsip Pemasaran, 2001*, 89.
- Erwin, E. dkk. (2023). Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books. In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Fathurrohman, F., & et al. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and*

Entrepreneurship Journal, 4(5), 6320–6334.

Decianita, V., Saepudin, & Ratnawati, R.A (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa winnie Weding Organizer dan Dekorasi di Kota Sukabumi, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan* 3 (1) 9-18
<http://jurnal.usbypkp.ac.id/index/.php>.

Fergin, D., Junti, E., Fitriyasari, A., Sulistyowati, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, I. (2024). *Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Generasi Z di Wilayah Mojokerto*. 1(3).

Ilham Ramadhan. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN DISKON TERHADAP SKRIPSI Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Disusun Oleh : ILHAM RAMADHAN NIM : C1B020107 PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.

Kholifatul Maulida, Mochamad Edris, & Joko Utomo. (2023). The Influence of Product Reviews and Content Creators on Purchase Interest through Affiliate Marketing of Shopee E-Commerce users in Kudus Regency. *Journal of Finance and Business Digital*, 2(3), 365–374. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i3.6016>

Musthafa, D. (2020). Implementasi Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan perusahaan (studi kasus pada pd CV Tunas Abadi Kota Malang). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 80.
<https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.54>

Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*.

Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1),

- 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pradana, A. R., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh Live Streaming, Discount, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 329–380.
- Ramadhan, M., Syahidin, S., & Syarifudin, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kantor POS Cabang Takengon Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(2), 21–29. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i2.532>
- Rena Puspitasari. (2023). Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1–9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Salmaningrum, D., Kodir, A. A., & Ramadhan, F. (2024). Pengaruh Program Live Streaming Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Shopee. 3(6), 8139–8144.
- 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.
- Soleha, F., Risal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2023). pengaruh live streaming, online customer review, cashback promotion dan discount flash sale terhadap minat beli produk shopee (studi kasus pada pengguna shoppe di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 510–518.
- Sri Elvina Theresia. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale, dan Ulasan Produk Terhadap Pembelian Skintific pada Shopee di Jakarta Selatan. *Univesitas Nasional*, 3(3).
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). PENGARUH SHOPEE LIVE , GRATIS ONGKIR DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI). 3, 970–977.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 17–28.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Andi.*, 6–27.
- Vindy Zalfa, K., & Indayani, L. (2024). Analysis Of Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) And Affiliate MarkeAng On Purchasing Decision For Fashion Trend Productsi At The Shopee Marketplace (Case Study Of Shopee Users) Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Aff. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1291–1305.
- Wafa, M. A., Mubarak, M. S., & Effendi, B. (2023). Peran Digital Marketing Dalam

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 19–27.

Wardana, M. A. (2014). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue June).

Wiet, V. D. (2024). *Pengaruh Live Streaming , Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro)*. 1–11.

Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S.

K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102.

<https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>

