

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda. (2021). *PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS TINGKAT PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG*.
- Asrilisyak, S., Putri, Y., Sayuti, A. M., Septyandi, C. B., & Rafdinal, W. (2021). The Model of Purchase Decision in The Online Stores Application: Integration of Technology Acceptance Model, Personal Factors, Product Quality, and Price. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(2).
- Dewi, W. E., & Fahma Auliya, Z. (2025). Model Stimulus-Organism-Response (S-O-R): Peran Trust sebagai Mediasi dalam Keputusan Pembelian Produk N'Pure di TikTok Shop. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3).
- Diana Maria, H. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL: LAYANAN PRODUK & PROMOSI UNTUK UMKM DI SMK KEHUTANAN SOBAT BUMI, KAWALU KOTA TASEK MALAYA*. <https://data.tasikmalayakota.go.id/home/kecamatan-kawalu/data-ukm-kecamatan-kawalu-tahun->
- Diana Maria, H., & Pamungkas, A. (2024). *Webinar Nasional-Periode 2 "Mewujudkan Indonesia Emas Melalui Pemberdayaan Masyarakat Yang Inovatif dan Berkelanjutan*.
- Diana Maria, H., Pamungkas, A., Gusmara Kusumah, F., Nugraha, J., Muntaha, A., & Rahmatunnisa, F. (2025). *PENDAMPINGAN NAIK KELAS USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH ERA TRANSFORMASI DIGITAL MELALUI OPTIMALISASI BRANDING DAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE*.
- Ghozali. (2020). *10. Ghozali 2020*.
- Hafidh Fauzi, D. (2021). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hastutiningsih, D., Lumintang, G., Hastutiningsih, D. A., Tewal, B., Lumintang, G. G., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2023). *PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN KOMITMEN TERHADAP PRESTASI KERJA DIMODERASI OLEH INTEGRITAS PEGAWAI NEGERI SIPIL BKPSDM KOTA MANADO THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES AND*

COMMITMENT ON WORK PERFORMANCE IS MODERATED BY THE INTEGRITY OF CIVIL SERVANTS BKPSDM MANADO CITY. 11(3), 820–830.

- Made, D., Adjesni, D., & Kusumawati, F. (n.d.). *The Influence of Product Innovation and Online Consumer Reviews on Purchase Decisions for Bittersweet by Najla Puff Pastry Layer*.
- Miftahul Janna dan Herianto. (2021). *KONSEP PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). *Eksplorasi Pengaruh Live Shopping pada Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review* (Vol. 7, Number 3). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Pamungkas, A., Maria, H. D., Sudianto, S., Kusumah, F. G., & Maulida, E. N. (2024). Pengaruh Paparan Iklan dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), 13–24. <https://doi.org/10.22225/we.23.1.2024.13-24>
- Rayburn, S. W., Anderson, S. T., Zank, G. M., & McDonald, I. (2022). M-atmospherics: From the physical to the digital. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102782. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102782>
- Siregar, C. S., & Ilham, R. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model: Observing Purchase Intention of Social Commerce Consumers in Indonesia. In *International Journal of Humanities Social Science and Management (IJHSSM)* (Vol. 2, Number 5). www.ijhssm.org
- Sugiyono. (2021). *729101674-Metode-Studi-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020_compressed*.
- Sulistyaningsih, E., & Ashidiqy, A. B. (n.d.). Dampak Fitur Live Shopping di Social Commerce pada Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform e-Commerce di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 3(02), 69–76. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i02>
- Urfany, N., & Muthohar, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia)* (Vol. 01, Number 06). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>

- Vidyanata, D. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model Application in Examining The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions in The Healthcare Industry: The Mediating Role of Brand Trust. *Universitas Brawijaya. Journal of Applied Management (JAM)*, 20(3), 651–667. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.14>
- Yang, J., Cao, C., Ye, C., & Shi, Y. (2022). Effects of Interface Design and Live Atmosphere on Consumers' Impulse-Buying Behaviour from the Perspective of Human– Computer Interaction. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127110>
- Yudanegara, A. (2024). The Effect of Trust and Information Quality on Buying Decisions Through Purchase Interest (Study of Electronic Goods on Shopee Marketplace). *Indonesian Journal of Economics and Management*, 4(3), 369–379. <https://doi.org/10.35313/ijem.v4i2.5327>
- Zhou, R., & Tong, L. (2022). A Study on the Influencing Factors of Consumers' Purchase Intention During Livestreaming e-Commerce: The Mediating Effect of Emotion. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.903023>
- Aini, S. N. (2024). Peran Minat Beli dalam Memediasi Hubungan Flash Sale dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 6(2), 55–72. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v6i2.657>
- Akbar, M., Mumpuni, W., Program, A. N., Manajemen, S., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (2022). *IMPLIKASI STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI EUPHORIA CAFÉ KARANGANYAR* (Vol. 06, Issue 01).
- Alfiyah, N., Chalisah, N. D., & Zuhriyah, I. A. (2025). JISAE (Journal of Indonesian Student Assessment and Evaluation) Validity and Reliability of Instruments: Students' Perception of Google Classroom and Interest in Learning Islamic Religion. *Journal of Indonesian Student Assessment and Evaluation* |Volume II Number, 1(1), 13. <https://doi.org/10.21009/JISAE>
- Amar Jusman, I., Tri Dharma Nusantara, S., & YPUP Makassar, S. (2025). MARKETING STRATEGY: FLASH SALE AND LIVE STREAMING ON IMPULSE PURCHASE DECISIONS ON E COMMERCE PLATFORMS. *Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL)*, 5(1). <http://jurnal.stim lpi.ac.id/index.php/elpei>

- Asrilsyak, S., Putri, Y., Sayuti, A. M., Septyandi, C. B., & Rafdinal, W. (2021). The Model of Purchase Decision in The Online Stores Application: Integration of Technology Acceptance Model, Personal Factors, Product Quality, and Price. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(2).
- Astri Hamidatul Asma, Asep Ferry Bastian, & Bagus Manunggal. (2025). Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Variasi Produk Sebagai Variabel Moderasi. *MASMAN Master Manajemen*, 3(3), 320–332. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i3.985>
- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., Alfionita, V., & Othman, A. Y. (2024). Uncovering the Power of Consumer Involvement: How Perceived Quality Drives E Commerce Behavior? *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(3), 816–838. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2024.022.03.14>
- Azzahra, M. A., Shiroth, S. F., Wibowo, E., Informasi, S., Tinggi, S., Terpadu, T., Fikri, N., & Selatan, J. (2025). Jurnal Informatika Terpadu PENGARUH SALES PROMOTION DAN LIVE STREAMING TERHADAP IMPULSE BUYING: STUDI KASUS PRODUK FEBTATTO DI SHOPEE. *Jurnal Informatika Terpadu*, 11(1), 78–84. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT>
- Dewi, W. E., & Fahma Auliya, Z. (2025). Model (S O R): Peran Trust sebagai Mediasi dalam Keputusan Pembelian Produk N’Pure di TikTok Shop. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3).
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada, A., & Patih Kusuma, M. (2023). *Mufakat* (Vol. 2, Issue 6). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Erlangga, H., Setiawati, T., Riadi, F., Hindarsah, I., & Riani, D. (2024). Consumer Behavior in The Digital Age: A Qualitative Analysis of Online Shopping Patterns in Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 21(2), 424–432. <https://doi.org/10.31334/bijak.v21i1.4334>
- Fairuz Rifqi Abdurahman, Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Harisandi, P. (2023). E Customer Behavior Mediates Promotion on E Commerce Purchase Decision MSME Industry. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01). <https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.469>
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (n.d.). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 2023.
- Febriyani, D., Utami, T., & Ahmadi, M. A. (2024). PENGARUH FITUR LIVE STREAMING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TIKTOK SHOP 1*. In *Jurnal Manajemen Pemasaran* (Vol. 1, Issue 2).

- Gunadi Siagian, D., Jenny Sirait, K., Bisnis, A., & Negeri Medan, P. (2024). *MENILAI DAMPAK EKONOMI DARI FAKTOR MICE TERHADAP PERTUMBUHAN PARIWISATA: WAWASAN DARI GEOPARK KALDERA TOBA* (Vol. 08, Issue 04).
- Hafidh Fauzi, D. (2021). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hastutiningsih, D., Lumintang, G., Hastutiningsih, D. A., Tewal, B., Lumintang, G. G., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2023). *PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN KOMITMEN TERHADAP PRESTASI KERJA DIMODERASI OLEH INTEGRITAS PEGAWAI NEGERI SIPIL BKPSDM KOTA MANADO THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES AND COMMITMENT ON WORK PERFORMANCE IS MODERATED BY THE INTEGRITY OF CIVIL SERVANTS BKPSDM MANADO CITY*. 11(3), 820–830.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan *live shopping* pada Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1203>
- Jurnal, L., Dian, A., Mulyadi1, S., & Nurhasanah, S. (n.d.). *Volume 11 Nomor 2 Halaman 274 283 Jurnal Ilmu Manajemen Analisis keberpengaruhan promosi, live streamers, dan tekanan waktu pada keputusan pembelian pada fitur shopee live*.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan promosi pada keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 11–20. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol4.iss1.art2>
- Made, D., Adjesni, D., & Kusumawati, F. (n.d.). *The Influence of Product Innovation and Online Consumer Reviews on Purchase Decisions for Bittersweet by Najla Puff Pastry Layer*.
- Maria, H. D., Kusumah, F. G., Pamungkas, A., & Maulida, E. N. (2025). The Impact Online Customer Reviews, Discount, User Interface On Purchase Decision. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 7(3), 196–203. <https://doi.org/10.35899/biej.v7i3.1036>
- Maulana, M. R., Novie, M., Muzdalifah, L., & Kamila, E. R. (2025). PENGARUH LIVE STREAMING DAN DISKON MELALUI EMOSI POSITIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND ERIGO DI TIKTOK SHOP. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 1177–1192. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1445>
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). *Eksplorasi Pengaruh live shopping pada Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review* (Vol. 7, Issue 3). <http://jptiik.ub.ac.id>

- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (n.d.). Pengaruh Content Marketing dan *live shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1, 2023. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Nur, L., Universitas, S., Yogyakarta, T., Ratna, Y., & Dewanti, L. (n.d.). *Pengaruh Atmosfer Situs dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Emotional Arousal Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E Commerce*.
- Pasya, A., Octavia, A., Yuniarti, Y., Program,), Manajemen, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Jambi, U. (2025). PENGARUH *LIVE SHOPPING* DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PENGGUNA TIKTOK DI KOTA JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(03).
- Putra, S., Syahran Jailani, M., Hakim Nasution, F., & Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Penerapan Prinsip Dasar Etika Studi Ilmiah*.
- Putri, L. C., & Amelindha Vania. (2024). Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktok Shop: Peran Gaya Hidup dan Diskon Harga. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(1). <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i1.3383>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH FLASH SALE, *LIVE SHOPPING*, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Raudatul, N., Iqbal, J., Istiqomah, Y., Setiawati, L., Gema, S., & Bangsa, W. (n.d.). *Analisis Framework (SOR) pada Live Streaming Marketplace pada Keputusan Pembelian di LAF Project*.
- Rayburn, S. W., Anderson, S. T., Zank, G. M., & McDonald, I. (2022). M atmospherics: From the physical to the digital. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102782. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102782>
- Rieke Alisiyiya Nur Safitri, Rayhan Gunaningrat, & Indra Hastuti. (2025). Apakah *live shopping* dan Diskon ada keberpengaruhannya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 373–382. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4891>
- Safitri, A. (n.d.). *PENGARUH LIVE STREAMING MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA* (Vol. 6, Issue 1).
- Salsabila, A. P., & Ajibulloh, A. A. (2024). PENGARUH CONTENT MARKETING PADA MEDIA TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA GEN Z. In *Jurnal Studi Islam Lintas Negara* (Vol. 6, Issue 2).

- Siregar, C. S., & Ilham, R. (2022). (S O R) Model: Observing Purchase Intention of Social Commerce Consumers in Indonesia. In *International Journal of Humanities Social Science and Management (IJHSSM)* (Vol. 2, Issue 5). www.ijhssm.org
- Soleh Mauludin, M., Perilaku Konsumen Dalam, A., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (n.d.). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Sulistyaningsih, E., & Ashidiqy, A. B. (n.d.). Dampak Fitur *live shopping* di Social Commerce pada Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform e Commerce di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 3(02), 69–76. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i02>
- Tri Atma Sudarko Ryanto, B., & Hasianna Tampubolon, L. (2024). PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E COMMERCE LAZADA PADA PENGGUNA SOSIAL MEDIA DI WILAYAH DKI JAKARTA. *Jurnal Transaksi*, 16(1).
- Urfany, N., & Muthohar, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tokopedia)* (Vol. 01, Issue 06). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Vidyanata, D. (2022). (S O R) Model Application in Examining The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions in The Healthcare Industry: The Mediating Role of Brand Trust. *Universitas Brawijaya. Journal of Applied Management (JAM)*, 20(3), 651–667. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.14>
- Yang, J., Cao, C., Ye, C., & Shi, Y. (2022). Effects of Interface Design and Live Atmosphere on Consumers' Impulse Buying Behaviour from the Perspective of Human–Computer Interaction. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127110>
- Yudanegara, A. (2024). The Effect of Trust and Information Quality on Buying Decisions Through Purchase Interest (Study of Electronic Goods on Shopee Marketplace). *Indonesian Journal of Economics and Management*, 4(3), 369–379. <https://doi.org/10.35313/ijem.v4i2.5327>
- Yusup Program Studi Tadris Biologi, F., & Tarbiyah dan Keguruan, F. (2018). PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Januari Juni*, 7(1), 17–23.
- Zhou, R., & Tong, L. (2022). A Study on the Influencing Factors of Consumers' Purchase Intention During Livestreaming e Commerce: The Mediating Effect of Emotion. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.903023>