

## DAFTAR PUSTAKA

- AfkariDigital.Com, T., 2020. Kitab Hitam Affiliate Marketing - Cara Paling Update Bersaing dan Menghasilkan Komisi dari Bisnis Affiliate Marketing. Afkari Publishing.
- Agustiani, I.N., Zebua, R.S.Y., Kusyanda, M.R.P., Rusdiani, N.I., Hayani, N., Rizal, A.A., 2024. Buku Ajar Digital Marketing. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ahmadi, F., Hudrasyah, H., 2022. Factors Influencing Product Purchase Intention In Tiktok Live Streaming Shopping. *Int. J. Account. Finance Bus.* 7.
- Alfiyansah, R., Faijurahman, A.N., Ramdani, H.T., 2021. Live Streaming di Laboratorium Keperawatan sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman Keterampilan Mahasiswa: Studi Kasus pada Mata Kuliah Keperawatan Dasar. Penerbit NEM.
- Al-Munawwar, T., 2023. Affiliate Marketing Untuk Pemula. Toni Al-Munawwar Publishing.
- Arfah, Y., 2022. Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Asadiyah, E., Ilma, M.A., Rozi, M.F., Putri, K.A.S., 2023. The Role of Affiliate Marketing on Purchase Decision Moderated Purchase Interest on Tiktok. *Asian J. Econ. Bus. Account.* 23, 76–84. <https://doi.org/10.9734/ajeaba/2023/v23i231172>
- CFP, D.E.H., S.E., Ak, M.M., 2024. Teori Dan Teknik Pengambilan Keputusan. Amerta Media.
- Chan, S., Asni, K., 2022. The Role Of Sequence Mediation On The Influence Of Live-Streaming Shopping Attribute On Purchase Intention. *J. Apl. Manaj.* 20, 950–962. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.16>
- CHCM, D.A.S., SH, CN, MM, MBA, MKn, M. OXCEL (OXFORT-UK), DBA, CIMBA, CPS, CHRMB, CPHCM, CHCB, 2022. PENGANTAR BISNIS. CV Pena Persada.
- Dinanti, W.D., Bharata, W., 2023. Exploration of Consumer Buying Interests at Tiktok Stores Live Streaming Based on the Stimulus Organism Response (SOR) Framework. *J. Sisfokom Sist. Inf. Dan Komput.* 12, 254–264. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1658>
- Dwiputri, R., Isyanti, P., Sumarni, N., 2024. Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *Akad. J. Mhs. Humanis* 4, 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M.P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M.A.L., Setiawan, Z., Setiono, D., Munizu, M., 2023. Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fakri, M.A., Indra Astuti, S., 2023. Pengaruh Live Streaming Sales Tiktok terhadap Minat Beli Konsumen. *Bdg. Conf. Ser. Journal.* 3, 110–116. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.7714>

- Faradiba, B., Syarifuddin, M., 2021. COVID-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing 4, 1–9. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775>
- Guo, J., Li, Y., Xu, Y., Zeng, K., 2021. How Live Streaming Features Impact Consumers' Purchase Intention in the Context of Cross-Border E-Commerce? A Research Based on SOR Theory. *Front. Psychol.* 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.767876>
- Gustiana, L., Islamuddin, I., 2022. Analisis Pengaruh Promotion, Distribution, Production Dan Raw Material Supply Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Kota Bengkulu. *J. Manaj. MODAL INSANI DAN BISNIS JMMIB* 3, 166–176. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.114>
- Haque-Fawzi, M.G., Iskandar, A.S., Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., 2022. STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Hardiyanto, D.Y., Susanti, R., 2024. Pengaruh Online Customer Review, Diskon, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Pengguna E- Commerce Tokopedia Di Surakarta).
- HARJADI, D., MANALU, V.G., 2022. Trusting Belief E-Commerce Dalam Mediasi Pengaruh Online Store Image Pada Purchase Intention. Yayasan Wiyata Bestari Samasta.
- Helianthusonfri, J., 2019. Panduan Affiliate Marketing untuk Pemula. Elex Media komputindo.
- IPM, D.I.N.T.S.S., S. Kom ,M.T.,M.M., M.M, I.F.L., S.E., M.M, N.P.L., S.E., Ph.D, S., M.M., MBA, M.M, E., S.E., M.M, M.Y., S.E., Ak, M.M, N.S., S.E., M.Si, I.W.U., S.T., CHRMP, D.H.M.A., Lc ,M.M.,M. Sc, M.Si, D.H.S., 2024. MANAJEMEN PROMOSI PRODUK. Cendikia Mulia Mandiri.
- Kuro, U., 2021. Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di Stkip Pgri Bangkalan.
- M.Ag, D.S.A.I., M.M., 2021. Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep danTeori. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Mantara, M.A., Telagawathi, N.L.W.S.T., Yulianthini, N.N., 2022. FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI BUKALAPAK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA. *JEMBA J. Ekon. Pembang. Manaj. Dan Bisnis Akunt.* 2, 18–28. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3529>
- Marquerette, L.U., Hamidah, S.F., 2023. The Impact of Affiliate Marketing and Service Features on E-Commerce Consumers Buying Interest. *Almana J. Manaj. Dan Bisnis* 7, 49–55. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2088>
- Masruroh, S., Wahyono, D., Muhaimin, Katjina, H., Judijanto, L., 2023. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI J. Ekon. Manaj. Dan Akunt.* 9, 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- MM, N.A.B.S., SE, M.Kom, D.H.T.S., 2023. Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori. IOCS Publisher.

- M.Si, D.H.W.S., S.E.,S.H., 2024. Manajemen Penyiaran Radio Digital Online. Penerbit Andi.
- Nst, W.A.P., Pristiyono, Simanjuntak, D., 2023. Implementasi Praktik Promosi Diskon dan Giveaway Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *J. Trends Econ. Account. Res.* 3, 484–491. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.615>
- Oktori, Z.Y., Mega, S.A., 2023. Pengaruh Product, Price, Place, Promotion (4P) Terhadap Peningkatan Penjualan Minuman Kedai Kopi Mikano. *J. EMT KITA* 7, 1157–1165. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1606>
- Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee | Melfaliza | JURNAL ILMIAH MAHASISWA EKONOMI ISLAM [WWW Document], n.d. URL <https://jim.usk.ac.id/EKI/article/view/25094> (accessed 10.24.24).
- Puspitasari, A.D., Winata, D., Syakdiah, H., Naila, N.D., Hasanah, S.Z., Hastuti, W., Riofita, H., 2023. Pengaruh Media Promosi Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Uin Suska Riau. *Musytari Neraca Manaj. Akunt. Dan Ekon.* 2, 101–110. <https://doi.org/10.8734/musytari.v2i12.1598>
- Putri, S.D.A.E., Surianto, M.A., Aslamiyah, S., 2022. The Effect of Price, Information Quality, and Perceived Risk on Online Purchasing Decisions in E-Commerce. *Indones. Vocat. Res. J.* 2, 87–94. <https://doi.org/10.30587/ivrj.v2i1.4864>
- Rachmawati, I., Aribowo, H., 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Wilayah Surabaya. *Musytari Neraca Manaj. Akunt. Dan Ekon.* 7, 131–140. <https://doi.org/10.8734/musytari.v7i7.5126>
- Ramadhayanti, A., 2023. Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan. *Manaj. DEWANTARA* 7, 117–128. <https://doi.org/10.30738/md.v7i1.14333>
- Renaningtyas, A.R., Wahyuni, A.D., Oktarina, L., 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.* 3, 522–529. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.988>
- Richadinata, K.R.P., Aristayudha, A.A.N.B., Rettobjaan, V.F.C., Widnyani, N.M., Astitiani, N.L.P.S., 2024. MANAJEMEN PEMASARAN : Konsep Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. *Media Pustaka Indo.*
- S, A.S.K., Aeni, N.H.K., 2024. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan. *J. Ilm. Ekon. DAN Manaj.* 2, 198–208. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.935>
- Simanjuntak, N.C., Rohaeni, H., Maulia, I.R., 2024. Pengaruh Affiliate, Content Marketing dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Perempuan Gen Z di Bekasi Selatan. *IJESM Indones. J. Econ. Strateg. Manag.* 2, 939–953.

- Supriyanto, A., Chikmah, I.F., Salma, K., Tamara, A.W., 2023. Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? *Bus. Sci. J. Bus. Entrep.* 1, 1–16.
- Suryana, D., 2024. Pemasaran: Marketing. Dayat Suryaana.
- Syavita, F.E., Hanif, M., 2023. Pengaruh Strategi Marketing & Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food di Indonesia: Hit and Run or Sustainable Business. *Technomedia J.* 8, 205–220. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2SP.2017>
- Tanady, E.S., Fuad, M., 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *J. Manaj.* 9. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Weriframayeni, A., Kurnia, Y., 2024. Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Berbelanja Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 21 Universitas Perintis Indonesia, Padang. *Innov. J. Soc. Sci. Res.* 4, 7230–7246. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10160>
- Zalfa, K.V., Indayani, L., Supardi, S., 2024. Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee). *Manag. Stud. Entrep. J. MSEJ* 5, 1291–1305. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4291>
- Ahdiat, A. (2024). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/01/15/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>