

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, P. N., & Abadi, M. D. (2025). Pengaruh Harga dan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus pada Gen Z di Kota Lamongan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 387-407.
- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks.Katadat.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- "Ahmad Sukron" (2022, 16 Juni). Cara Uji Heteroskedastisitas Glejser dengan SPSS - Heteroscedasticity SPSS. [Video Youtube]. Youtube
- "Anda Talaseta II" (2020, 10 Januari). CARA ANALISA DESKRIPTIF TINGKAT CAPAIAN RESPONDEN,TCR,TOTAL SKOR,RATA RATA,MEAN,KATEGORI,EXC. [Video Youtube]. Youtube
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/3665>
- AZIZAH, L. PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Boyd, W. (2000). Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*.
- "Channeltutorial" (2023, 21 November). Cara Mengatasi Multikolinearitas, Part 1. [Video Youtube]. Youtube
- "Channeltutorial" (2023, 21 November). Cara Mengatasi Multikolinearitas, Part 2. [Video Youtube]. Youtube

- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303.
- Coviello, N., Milley, R., & Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of interactive marketing*, 15(4), 18-33.
- "Dede Solihin" (2022, 30 Maret). Cara mudah membuat Distribusi Jawaban Responden dengan SPSS. [Video Youtube]. Youtube
- "Dede Solihin" (2022, 19 Desember). Cara Ampuh Mengatasi data terjadi Heteroskedastisitas (Glesjer). [Video Youtube]. Youtube
- Dewi, V., & Rukismono, M. (2021, November). Hubungan Strategi Promosi Flashsale Dengan Product Browsing Dan Impulsive Buying Konsumen Shopee Indonesia. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan* (Vol. 5, No. 1, pp. B14-B14).
- Erwin, S. E., MM, C., SH, M., Sari, A., Hita, S., TI, M., ... & SE, M. PEMASARAN DIGITAL.
- Heidrick &Struggles, Heidrick & Struggles CEO, China: China Marketing Press, 2009
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67.
- Kalakota, R. (1997). Electronic commerce: a manager's guide. *AddisonWesley Longman*.
- Kamanda, S. V. (2023). Pengaruh fitur live terhadap keputusan pembelian produk pada pelanggan e-commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 1–7.
- Kamilla, W. F., & Mariana, R. A. (2024). Pengaruh live streaming shopping dan online customer review terhadap keputusan pembelian dengan e-trust

sebagai variabel intervening pada aplikasi TikTok (Studi kasus pada mahasiswa pengguna TikTok di Universitas Widyatama). *Jurnal Manajemen, Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(5), 2115–2129. <https://doi.org/10.38035/jmpis>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.

Lamb, Hair, dan McDaniel. 2008. *Pemasaran Buku 1*. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Lestari, S. R. I. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat. *Neliti.Com*, 70. <https://www.neliti.com/publications/497462/pengaruh-live-streaming-brand-awareness-desain-web-dan-brand-image-terhadap-kepu>

Lobeda, B. (2024). *Pergeseran Digital: Memahami Evolusi Perilaku Konsumen di Era Modern*. Technorely.Com. <https://technorely.com/insights/the-digital-shift-understanding-the-evolution-of-consumer-behavior-in-the-modern-age>

Loudon, Kenneth C., and Jane Price Laudon. (1998). *Management Information Systems: A Contemporary Perspective*. New York: Macmillan.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.

Marpaung, G. P., Tri Lestari Purba, A., & Australiati Saragih, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas X. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5622–5628.

"Master Penelitian". Cara Mengatasi Variabel Tidak Signifikan Menjadi Signifikan atau Hipotesis Diterima || TERBUKTI. [Video Youtube]. Youtube

- "Mitha Kartika" (2022, 03 Oktober). Statistik Deskriptif Berdasarkan Jawaban Responden dengan SPSS. [Video Youtube]. Youtube
- "MUHAMMAD NAIM" (2024, 10 Oktober). Uji Asumsi Klasik pada Variabel Intervening. [Video Youtube]. Youtube
- Netrawati, I. G. A. O., Wayan Nuada, I., & Syakbani, B. (2022). The influence of live streaming video on consumer decisions. *Sentralisasi*, 11(2), 159-168.
- Nuraini, K. D., Fitroh, F. I., & Putra, S. (2024). Mengapa Para Netizen Memutuskan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc? Pengaruh Influencer, Live Streaming dan Program Flash Sale. (*DINAMIKA*) *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 26–37. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/417>
- Nurlita Tri Wahyuningtyas. (2022). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kemudahan Transaksi Pembayaran Sebagai Variabel Moderasi Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Generasi - Z Di Sidoarjo)*. 3.
- 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>
- Pradana, A. R., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh live streaming, discount, dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (studi kasus pada mahasiswa universitas dian nuswantoro semarang). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 329-380.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Putri, A., Hatta, I. H., & Savitri, L. N. (2024). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PADA AKUN INSTAGRAM “@

- CRSL. STORE”. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 4(1), 64-80.
- Rahmadani, V. A., & Cempena, I. B. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(1), 75–85. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2254>
- Rika Widianita, D. (2023). Skripsi Miftahul Andriani. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).
- Rizal, M. (2021). PENGARUH MOTIVASI KERJA, LINGKUNGAN KERJA, DAN KEDISIPLINAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN (Studi pada PT. Global Bintang Timur Express). *Metode Penelitian*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/5940/>
- Rizqia Savitri, R., & Riva'i, A. R. (2024). The Influence Of Flash Sale, Live Streaming And Electronic Word Of Mouth On Impulse Buying Among Shopee Users. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1026–1033. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rizti, F. (2024). *185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024*. GoodStats,Id. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>
- Rohayati, R., Rahayu, R., & Hidayat, M. S. (2024). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian dengan Iklan Shopee sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Mojokerto)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- 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.
- 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>
- "Skripsi Bisa" (2022, 04 Juli). Nilai t Hitung Negatif? Bagaimana Cara Interpretasinya?. [Video Youtube]. Youtube
- "Skripsi Bisa" (2025, 20 Januari). TUTORIAL SPSS 30 - UJI VALIDITAS DAN REALIBITAS DENGAN SPSS. [Video Youtube]. Youtube
- "Skripsi Bisa" (2025, 28 Januari). TUTORIAL SPSS 30 - ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. [Video Youtube]. Youtube
- "Skripsi Bisa" (2025, 31 Januari). TUTORIAL SPSS 30 - ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. [Video Youtube]. Youtube
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52. <https://doi.org/10.52851/wt.v1i1.5>
- Soewito, Y. (2013). Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Stanton, W. J. (2000). Manajemen pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- "Tabrani Education" (2022, 17 Juni). Uji Asumsi Klasik Regresi Berganda Data Kuesioner dengan SPSS. [Video Youtube]. Youtube

- "Tabrani Education" (2022, 05 Desember). Cara Mengatasi Heteroskedastisitas dengan SPSS || Metode Spearman's rho. [Video Youtube]. Youtube
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective* (Vol. 2017). Cham: Springer.
- Ulya Fika Nurul, R. I. (2024). *Jumlah Terbaru Penduduk RI: Total 282.477.584 Jiwa, Terbanyak Laki-laki*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2024/08/07/15182681/jumlah-terbaru-penduduk-ri-total-282477584-jiwa-terbanyak-laki-laki>
- Vermaat, S. C. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- Yulianto, S. S. (2024). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 6(3), 171–185.