

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Wahyu, and Andry Herawati. "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)." *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 2, no. 2 (January 15, 2019): 309–25. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>.
- Acep Edison. *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Bandung: Universitas Widyatama, 2015.
- Affandi, Diki, and Isna Wijayani. "Social Media as Self Existence in Students Using Tiktok Applications." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 2, no. 3 (August 17, 2022): 300–311. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i3.2108>.
- Alfiyansah, Rudy, Asep Nidzar Fajurahman, and Hasbi Taobah Ramdani. *Live Streaming di Laboratorium Keperawatan sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman Keterampilan Mahasiswa: Studi Kasus pada Mata Kuliah Keperawatan Dasar*. Penerbit NEM, 2021.
- Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 275. *Al-Quran Terjemah Dan Tajwid*. Terj. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia. Bandung: Sygma, 2014.
- Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 282. *Al-Quran Terjemah Dan Tajwid*. Terj. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia. Bandung: Sygma, 2014.
- Al-Quran Surat Al-Hajj Ayat 30. *Al-Quran Terjemah Dan Tajwid*. Terj. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia. Bandung: Sygma, 2014.
- Al-Quran Surat Al-Maidah Ayat 2. *Al-Quran Terjemah Dan Tajwid*. Terj. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia. Bandung: Sygma, 2014.
- Angipora Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2002.
- Apasrawirote, Darlin, and Kritcha Yawised. "Factors Influencing the Behavioral and Purchase Intention on Live-Streaming Shopping." *Asian Journal of Business Research* 12, no. 1 (April 1, 2022). <https://doi.org/10.14707/ajbr.220119>.
- Bulan, Setia Indah Setara, and Ratih Hasanah Sudrajat. "Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store." *Jurnal Sosial Politik* 5, no.

- 2 (December 20, 2019): 322.
<https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.8505>.
- Bulele, Yohana Noni. “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok.” *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* 1, no. 1 (November 11, 2020): 565–72.
- Candra, Vivi, Nenny Ika Putri Simarmata, Mahyuddin Mahyuddin, Bonaraja Purba, Sukarman Purba, Muhammad Chaerul, Abdurrozzaq Hasibuan, et al. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Carolina, Tabita, and Adolfo Eko Setyanto. “Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas, dan Kepuasan Menggunakan Shopee Live.” *Jurnal kommas*, n.d.
- Chandra Warsito, Iin Solikhin, and Nida Umi Farhah. *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. CV Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie).” *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March 29, 2021): 65–71.
<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Dhika Amalia Kurniawan and Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar Pemasaran Islam (Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi)*. Ponorogo: UNIDA Gontor Press, 2018.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish, 2019.
- Dwinanda, Giri, and Yuswari Nur. “Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar.” *Jurnal Mirai Management* 5, no. 3 (October 13, 2020): 120–36.
<https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.690>.
- Edriasa, Alrom Trisena, and Rosdiana Sijabat. “Purchase Intention Short Video Marketing Tiktok: Studi Pada Boy Group BTS Tokopedia.” *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 12, no. 1 (April 16, 2022): 27–40. <https://doi.org/10.35797/jab.v12.i1.27-40>.
- Fadilah, Nur. “Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari’ah.” *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 1, no. 2 (June 17, 2020): 194–211.

- Faradiba, Besse, and Mustika Syarifuddin. "Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing." *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (April 30, 2021): 1–9. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775>.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam." *JURISDICTIONE* 9, no. 1 (June 30, 2018): 128. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.
- Hantono, Hironymus Ghodang &. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Penerbit Mitra Grup, 2020.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya Wardhana, Roeskani Sinaga, and Nur Hilal. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia, 2021.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo, 2019.
- Hutabarat, Esterlina. "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan." *Jurnal Ilmiah METHONOMI* 3, no. 1 (June 7, 2018). <http://www.methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/26>.
- Kurniastuti, Cahyani, Linda Septiani, and Ismayudin Yuliyzar. "Pengaruh Online Customer Review, Live Streaming, dan Content Creator Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Tiktok Shop" 13 (2022).
- Luh Komang Candra Dewi and I Gusti Bagus Rai Utama. *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Sleman: Deepublish, 2022. https://books.google.com/books/about/Pemasaran_Kreatif_Untuk_Segala_Bisnis.html?hl=id&id=-v1wEAAAQBAJ.
- Maghfuroh, Wahibatul. "Jual Beli secara Online dalam tinjauan Hukum Islam." *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)* 2, no. 1 (June 30, 2020): 33. <https://doi.org/10.33474/jas.v2i1.6824>.
- Mahyarni, Mahyarni. "Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior (sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (December 23, 2013): 13–23. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.

- Maizar, Ita Mustika, and Septa Diana Nabella. *Pengantar Statistik 1*. Media Sains Indonesia, 2022.
- Mihartinah, Duwi, and Isma Coryanata. “Pengaruh Sikap terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mngambil Sertifikasi Chartered Accountant.” *Jurnal Akuntansi* 8, no. 2 (June 17, 2019): 77–88. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>.
- Mochamad Edris and Panca Winahayuningsih. *Bisnis Pengantar*. Kudus: Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, 2018.
- Mutiara, Ajeng Septia, and Iwan Mulyawan. “Model Keputusan Pembelian Produk dengan Menggunakan Celebrity Endorser pada Platform YouTube.” *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 2019.
- . “Model Keputusan Pembelian Produk dengan Menggunakan Celebrity Endorser pada Platform YouTube,” 2019.
- Nasution, Amalia Munajah, and Zuhrial M Nawawi. “Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 2 (2022).
- Novy Adityasari. “Endorsement sebagai Trend Media Pemasaran dalam Prespektif Islam,” 2015.
- Nugroho, Adi Sulisty, and Walda Haritanto. *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika: (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Penerbit Andi, 2022.
- Pratiwi, Bintang Mega, and Mahfudz Mahfudz. “Pengaruh Dukungan Selebriti, Konten Iklan, dan Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Platform Instagram di Provinsi Jawa Tengah).” *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 6 (December 6, 2021). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32421>.
- Purba, Elidawaty, Bonaraja Purba, Ahmad Syafii, Fastabiqul Khairad, Darwin Damanik, Valentine Siagian, Ari Mulianta Ginting, et al. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa D3 Marketing.” *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 1 (April 30, 2017): 53–75.
- Qamaruddin, Muhammad. “Analisis Praktik Jual Beli Online Shop Dalam Tinjauan Islam.” *Qonun Iqtishad EL Madani Journal* 1, no. 2 (October 7, 2022). <http://journal.marwah-madani-riau.id/index.php/QIIMJ/article/view/35>.

- Ramadhanty, Praditha, and Ruth Mei Ulina Malau. "Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @kedaikopikulo Terhadap Sikap Konsumen." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3 (2020).
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ria Listika Dewi. "Tinjauan Hukum Islam tentang Perolehan Komisi Live Streaming Tiktok (Studi Pada Host Talent Tik tok di kosan Ar-Rahma Sukarame Bandar Lampung)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish, 2020.
- Rosmiati, Risti. "Dari Video ke Toko: Budaya Konsumen Melalui Media Sosial Tiktok Shop." *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies* 2, no. 2 (December 21, 2022): 1–16. <https://doi.org/10.21009/Saskara.022.01>.
- Sa'adah, Lailatus. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021.
- Sayyid, Mokhtar. *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawa, 2020.
- Setyarko, Yugi. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online." *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 5, no. 2 (October 13, 2016): 128–47.
- Sinulingga, Nora Anisa Br, and Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher, 2021.
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryana, Bambang, and Ricky Agusiady. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish, 2022.
- Sudirman, Acai, Aulia Agung Dermawan, Yuyun Taufik, Dimas Akmarul Putera, Sari Zulfiana Hasan, Tulus Widjajanto, Fitriingsih Amalo, Margarethy Rohanie Mbado, Muhammad Ifan Fadillah, and M. Dana Prihadi. *Pengantar Manajemen Bisnis: Menciptakan Keunggulan Kompetitif Bisnis*. Media Sains Indonesia, 2023.
- Suleman, Dede. *Manajemen Pemasaran di Era Digital (Konsep dan Strategi)*. Insan Cendekia Mandiri, 2022.
- Teddy, Anthonius, and Dinda Amanda Zuliestiana Se. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung." *Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020).

- Tony Sitinjak, M. M. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay.” *Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (August 14, 2019). <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/596>.
- Tusanputri, Alyasinta Viela and Amron. “Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian.” *Forum Ekonomi* 23, no. 4 (October 30, 2021): 632–39. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10213>.
- Wesley Zhang, Jessica, Hertianto, William Gautama, and Edi Yanto. “Pengaruh Live Selling Dalam Peningkatan Niat Beli Pada Remaja,” 2022. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/1921/1100>.
- Wibowo, Tony. “Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam.” *Conference on Business, Social Sciences and Technology* 1, no. 1 (2021).
- Wijaya, Rahmad, Imania Djati Yuliana, Yulist Rima Fiandari, Ardik Praharjo, and Luqman Dzul Hilmi. *Mengulik Bisnis Transmart Carrefour*. Pustaka Peradaban, 2022.
- Yu, Yiqi. “The Impact of Live Streaming Shopping on Luxury Cosmetic Brand Consumer Decision Making Process in the Internet Economy — Chinese Young Female Consumers.” In *Proceedings of the International Conference on Information Economy, Data Modeling and Cloud Computing, ICIDC 2022, 17-19 June 2022, Qingdao, China*. Qingdao, People’s Republic of China: EAI, 2022. <https://doi.org/10.4108/eai.17-6-2022.2322691>.
- Yusuf, Ade. *Manajemen Pemasaran 1*. Insan Cendekia Mandiri, 2022.