

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Media Publishing Bening, 2022. www.bening-mediapublishing.com.
- Adhi Kusumastuti, Amad Muatamil Khoiron, Tofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Amirza Dzatina Nabila. Sleman: Deepublish CV Budi Utama, 2020.
- Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Al-Qur'an, Kementerian Agama RI c.q. Lajnah Pentashihan Mushaf. "Quran Kemenag." LAJNAH PENTASHIHAN MUSHAF AL-QUR'AN, 2020. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- Ali, Dini Salmiya Fitrah. *Marketing Public Relations - Diantara Penjualan Dan Pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Amin Kadafi, M, and Sisilia Novita. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Manajemen* 13, no. 3 (2021): 544–53.
- Anang firmansyah. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Staregy)*. CV. Penerbit Qiara Media. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Annur, Cindy Mutia. "Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia Pada Awal 2023." Databoks, 2023.
- Ardelia, Jovita, Veronika Rahmawati, and Santho Vlennerly Mettan. "Pengaruh Price Dan Product Quality Terhadap Purchase Intention Konsumen The Historical." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 11, no. 2 (2022): 132.
- Arraniri, Didik Harjadi dan Iqbal. *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Kesambi: Penerbit Insania, 2021.
- . "Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial." Kesambi: Insania, 2021.
- Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinah Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- B. Joseph Pine, James H. Gilmore. *The Experience Economy*. Amerika: Harvard Business Review Press, 2011.
- Bernd H. Schmitt. *Experiential Marketing How to Get Customer to Sense, Feel, Think, ACT, Ans Relate to Your Company Ans Brands*. New York: The Free Press, 1999.
- Burhan, FAHMI Ahmad. "Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja Di E-Commerce Ketimbang Pria." DKatada.co.id, 2020. <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic>

- perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria.
- Buyukdag, Naci. “The Effect Of Brand Awareness, Brand Image, Satisfaction, Brand Loyalty And Wom On Purchase Intention: An Empirical Research On Social Media.” *Business & Management Studies: An International Journal* 9, no. 4 (2021): 1383.
- Cahyaningrum, Made Indra dan Ika. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublis Publisher, 2019.
- Chen, Chia Chen, and Yi Chen Lin. “What Drives Live-Stream Usage Intention? The Perspectives of Flow, Entertainment, Social Interaction, and Endorsement.” *Telematics and Informatics* 35, no. 1 (2018): 293–303. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>.
- Cilesti, Ivone Maulidia, and Ade Titi Nifita. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan.” *Jurnal Digest Marketing*, 2018. <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/6695>.
- Cyrodigi. *Jago Digital Marketing*. Jakarta: Aridin, 2023.
- Deasy Tantriana, Nujullah Hanif Fauziah. “ANALISIS STRATEGI INTEGRATED MARKETING DAN ISLAMIC EXPERIENTIAL MARKETING PRODUK SIMPANAN KENCLENG KOPERASI SYARIAH DALAM UPAYA MENARIK MINAT ANGGOTA PADA KOPERASI SYARIAH (KOPSYAH) MANFAAT SURABAYA.” *El-Qist* 08, no. 01 (2018): 1565–76.
- Dharma, Surya; Purbo Jadmiko; Elfitra Azliyanti. *Aplikasi Spss Dalam Analisis Multivariates*. LPPM Universitas Bung Hatta. Sumbar: LPPM Universitas Bung Hatta, 2020.
- Dini Salmiyah Fitrah Ali. *Marketing Public Relations- Diantara Penjualan Dan Pencitraan*. Sleman: CV Budi Utama, 2017.
- Douglas A. Lind, William G. Marchal, dan Samuel A. Wathen. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*. Edisi 13 B. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- et al, Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Fakri, Muhammad Ali, and Santi Indra Astuti. “Pengaruh Live Streaming Sales Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Bandung Conference Series: Journalism* 3, no. 2 (2023): 110–16. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.7714>.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. “Sejarah.” IAIN Kudus.ac.id, 2020. <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-749-sejarah.html>.
- FEBI IAIN Kudus. “Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2020.” Kudus, 2024.
- Febriani, Erlina Putri, and Tri Sudarwanto. “Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Somethinc.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 21 (2023): 290–303. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10076889>.
- Firmansyah, M. A. *Pemasaran Produk Dan Merek Planning Dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fransisca Andreani. “Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2007): 1–8. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17009>.
- Gama, Agus Wahyudi Salasa. *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan Dan Aplikasi*. CV. Noah Aletheia. Bandung Bali: CV. Noah Aletheia, 2017.
- Gamal Baser, Harry Setiawan, Muhammad Rizky Martinoes. *KOMUNIKASI DIGITAL: Dalam Bingkai Riset*. Riau: AMERTA MEDIA, 2019.
- Ghazali, Imam. *Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: BP UNDIP, 2017.
- Harjadi, Didik, and Iqbal Arraniri. *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania, 2021.
- Hatmawan, Slamet Riyanto dan Aglis Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Hendayana, Yayan, and Ummy Solichati. “Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bekasi the Effect of Experiential Marketing and Trust on Consumer Loyalty Users Marketplace Shopee in Bekasi City.” *Manajerial* 20, no. 2 (2021): 233. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>.
- Herning Indriastuti, Robiansyah. *Digital Marketing Konsep, Riset Empiris, Pengukuran*. Samarinda: CV. Bakti Semesta Publisher, 2016.
- Hou, Fangfang, Zhengzhi Guan, Boying Li, and Alain Yee Loong Chong. “Factors Influencing People’s Continuous Watching Intention and Consumption Intention in Live Streaming: Evidence from China.” *Internet Research* 30, no. 1 (2020): 141–63. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2018-0177>.
- Iisnawati, Iisnawati, Welly Nailis, and Islahuddin Daud. “Does Live Streaming Feature Increase Consumer’s Trust on Online Shopping?” *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics*

- and Business, 2022. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i4.373-388>.
- Indra Jaya. “Statistik Penelitian Untuk Pendidikan.” Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2010.
- Izan, Ahmad, and Syahri Tanjung. *Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-Ayat Al-Qur'an Yang Berdimensi Ekonomi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Joel, Greg. “Pengaruh Motivasi , Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Metic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado.” *Jurnal Emba* 2, no. 3 (2014): 1465.
- Julie A. Jacko. *Human-Computer Interaction. HCI Applications and Services*. Germany: Springer US, 2007.
- Jurnal: Redaksi, Tim. “Begini Alasan TikTok Pilih Tokopedia Jadi Partner TikTok Shop.” Serayu News, 2023. <https://serayunews.com/begini-alasan-tiktok-pilih-tokopedia-jadi-partner-tiktok-shop>.
- Kharolina, Isnain, and Ralina Transistari. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Cakrawansa Bisnis* 2, no. 2 (2021).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis Perencanaan Implementasi, Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Masduqi, 1956-, and Mohammad Nor Ichwan. *Fiqh Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis Islam : Teori, Konsep, Dan Aplikasi Lembaga Keuangan Dan Bisnis Syari'ah*. Semarang, 2017.
- Masri Ramadhan Dan Bobby Rahman. *Citra Merek Dan Dampak Pada Loyalitas Pelanggan*. Unimal Press. 2019: Unimal Press, 2019.
- Maulidya Nurivananda, Shahnaz, Zumrotul Fitriyah, Universitas Pembangunan, Nasional " Veteran, and Jawa Timur. “The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 4 (2023): 3664–71. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Maylinda, Maudy Vena. “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop.” *Uin Alaudin Makasar*, 2017, 28–29.
- Meliantari, Dian. *PRODUK DAN MEREK (Suatu Pengantar)*. PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA. Vol. 3. Purbalingga: PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA, 2023. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- Mulyanto, Joshua Jason. “Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpia Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat.” *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan START-Up Bisnis* 4, no. 1 (2019): 4.
- Mustafa Edwin Nasution. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: kencana, 2010.
- Nurrohman, Aziz Setya. “TikTok Shop Senggol Shopee Dan Tokopedia, Siap Merajai Bisnis Ecommerce Indonesia.” *Urban-Bekasi.com*, 2023.
- Pertiwi, Dewi. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*. Bandung: Deepublis Publisher, 2021.
- Prastiyani, Mbajeng, and Suhartono. “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta.” *Jurnal Riset Manajemen* 7, no. 1 (2020): 62–63.
- Priyanto, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Medikom Pustaka Mandiri, 2010.
- Priyatno, Duwi. *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Edited by Giovanny. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Teddy Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- RAJAB, LA. *Aktualisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Budaya Antar Dulang*. Ambon: LP2M IAIN Ambon, 2018.
- Rangkuti, Freddy. *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Razak, Mansur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press, 2016.
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Rofiah, Chusnul, and Rica Sanpuspita Rahayu. *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tiktok Pada Pemasaran Digital*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Santoso, Tri Agus, and Irma Mardian. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul.” *Jurnal Ekonomi Manajemen (JurnalEtis)* 1, no. 1 (2020).
- Saputra, Farhan, Nurul Khaira, and Raihan Saputra. “Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

- (Studi Literature).” *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)* 1, no. 1 (2022).
- Saputra, Galih Ginanjar, and Fadhilah. “Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 2 (2022).
- Sari, Rima Meilita. “Riset: Makin Banyak Kampus Adopsi ‘Kampus Merdeka’, Tapi Hanya 30% Mahasiswa Punya Kemandirian Belajar Tinggi.” *The Conversation*, 2022. <https://theconversation.com/riset-makin-banyak-kampus-adopsi-kampus-merdeka-tapi-hanya-30-mahasiswa-punya-kemandirian-belajar-tinggi-193625>.
- Sari, Yuli Ratna, Septi Harliyani, and Vicky F Sanjaya. “Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo.” *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3, no. 1 (2022): 1–8. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.782>.
- Satriyati, Ekna, Misabhul, Andin Nur Aini, and Nia Rizki. *Pola Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Di Era Pandemi Covid-19*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Schiffman, Leon, and Leslie L. Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Septi Pratiwi. “Sejarah Dan Perkembangan TikTok Shop Di Indonesia.” *Pojok Nulis*, 2024. <https://pojoknulis.com/sejarah-dan-perkembangan-tiktok-shop-di-indonesia-1826>.
- Sigit Hermawan and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Smilansky, Shaz. *Experiential Marketing a Practical Guide to Interactive Brand Experiences. Journal of Marketing Management*. London and Philadelphia: Kogan Page, 2009.
- Sri Sunartini. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*. Pusat Pengembangan Pendidikan Dan Penelitian Indonesia, 2022.
- Stanton, G. William J. *Fundamentals Of Marketing*. 10th ed. Singapore: Graw Hill International, 2002.
- Sugiyono, D. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D/Sugiyono.” *Bandung: Alfabeta* 15, no. 2010 (2018).
- Suhyar, Salsabila Vania, and Sri Astuti Pratminingsih. “Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulsive Buying Dalam Pembelian Produk Skincare Skintific.” *MSEJ Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 2 (2023).
- Sumsel, Kanwil Kemenag. “JAGA HATI NURANI / QOLBU.” Kanwil Sumatra Selatan, 2017. <https://sumsel.kemenag.go.id/berita/view/203704/jaga-hati-nurani--qolbu#:~:text=“Sabda Rasulullah SAW %3A Alaa inna,manusia itu>

- ada segumpal daging.
- Sun, Yuan, X. Shao, Xiaotong Li, Yue Guo, and Kun Nie. “How Live Streaming Influences Purchase Intentions in Social Commerce: An IT Affordance Perspective.” *Electronic Commerce Research and Applications* 37, no. December 2018 (2019): 100886. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>.
- Suprpto, Yandi, and Farida. “Analisis Pengaruh Brand Image, Trust, Security, Perceived Usefulness, Perceives Ease Of Use Terhadap Adoption Intention Fintech Di Kota Batam.” *JABA Journal of Applied Business Administration* Maret (2022).
- Ummah, Nurul Hidayatul. “Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 10, no. 1 (2022): 151–69.
- Utami, and Ponirin. “Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Lipstik Sariayu.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 6, no. 3 (2020): 188.
- Wijaya, Kathrine Syam. “The Influence of Brand Image and Trust on Purchase Decisions in TikTok Shop.” *Journal Research of Social Science, Economics, and Management* 3, no. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i01.516>.
- Wisnawa, I Made Bayu. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Bali: Deepublis Publisher, 2019.
- Wulandari, Fitri. *Middle Range Theory Dalam Ilmu Manajemen SDM*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara, 2022.
- Yanti Febrini, Irma, Retno Widowati PA, and Misbahul Anwar. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 10, no. 1 (2019): 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>.
- Yosef Tonce, Yoseph Darius Purnama Rangga. *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK (Konsep Dan Studi Kasus)*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Zainuddin Rahman. *Pengantar Statistika*. Makassar: Indonesia Prime, 2016.