

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Fajar. (2022). Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review Dan Beuty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *Jurnal Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*. Vo. 10, No.2.
- Aditya, Iip M. (2024). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. Dalam <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>. Diakses pada 4 Januari 2024 pukul 10.33
- Ainun, Valentina dan M. Alhada Fuadilah. (2023). Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Manajemen*. Vol. 8, No. 2.
- Alfira dan Wening. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pembeli GoFood. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1.
- Alghifari, Aruf Yusuf dan Rahayu. (2023) Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*. Vol. 15, No. 2.
- Anisa dkk. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, Vol. 1, No. 2.
- Annur, Cindy Mutiara. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-2023)*. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/>. Diakses 20 September 2023 pada 19.42
- Assauri, Sofjan. (2013) *Strategic Marketing*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo), hal. 231.
- Ayesha, Ivonne et. all. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. (PT Global Eksekutif Teknologi: Padang). hal. 160
- Ayu, Adinda dan Alhada Fuadilah Habib. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 9, No. 17.
- Azizah, Diaz Ummu dan Elok Fitriana Rafikasari. (2021). Pengaruh Content Marketing dan Social Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @souvenirmurah_ ta di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, Vol. 1, No. 1. hal. 135

- Cahyono, Anang Sugeng. (2016) Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*. 9 (1). 54-155
- Delta, Riska dan Riski Delta N. (2022). Halal E-Commerce pada Sektor Fesyen Muslim Sebagai Upaya Mendorong Pengembangan Industri Halal di Indonesia, *Journal of Halal Product and Research*, hal.72
- Djafar, Novita dkk.(2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Jurnal of Economic and BussinessEducation*, Vol. 1, No. 2.
- Dwi Arrohma, Riska dan Budi Istiyanto (2023). Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Diskon Harga, Online Costumer Review Saat Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis*. Vol. 1, No. 3.
- Elvinayanti, Luh Putu. (2024) Pengaruh Content Marketing Pengguna Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dimediasi Minat Beli Konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Widya Amrita*. Vol. 4, No. 2.
- Elysa. (2022). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *JOM FISIP*. Vol 7, No. 1. hal. 5
- Erlina dan Tri. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol.9. No.21.
- Faradiba, B dan Syarifudin M. (2021). Pengaruh Live Streaming Video Promotion dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol. 4, No. 1, (2021).
- Farera, Avelia dkk (2023). Pengaruh Live Streaming Tiktok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey di Surabaya dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 11 No. 2 . hal. 126
- Febriah, Intan dan Mohamad Trio Febriyanto (2023). Pengaruh *Live Video Streaming* Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica*. Vol. 7, No. 2.
- Ferdin. (2023). Pengaruh Diskon, Promosi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Tokopedia (Kota Tangerang dan Sekitarnya). *Jurnal Prosiding:Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3, No.1.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta:Deepublish), hal. 25
- Fitri Hidayatullah Hasan. (2022). *Analisis Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening*. dalam <http://digilib.unmuhjember.ac.id/files/disk/1/47/umj-lx-hasanfitra-2310-1-jurnal--n.pdf>. diakses 11 November 2023

- Furianto, Dhea dan Agus Kusnawan (2023). Pengaruh Viral Marketing, Live Streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Prosiding*. Vol. 3, No. 1
- Ghozali. (2007). *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro), hal. 87
<https://tulungagungkab.bps.go.id>, diakses pada 4 Januari 2024 pukul 11.35
- Husniyyah, Tsamara dkk. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee. *Jurnal Economina*, Vol. 3, No. 2.
- Ida, Nur dkk. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Meteor Cell Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kuntansi*. Vol. 10, No. 2.
- Indahingwati, Asmara. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian*. (Surabaya: CV Jakad Publishing) hal. 22.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press). hal. 61
- Ismawati, Ani. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Jurnal Prisma*, Vol. 1 No.1. hal. 53-54
- Isnaini, Arif Isnaini. (2005). *Model dan Strategi Pemasaran*. (Makassar: NTP Press) hal. 90
- Jannah, Miftakhul dkk. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating, dan Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 1, No. 1
- Joseph F. Hair Jr, et. all. (2014). *Multivariate Data Analysis*, (United Kingdom: Pearson), hal. 100
- Julia, Vivi dkk. (2023). Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Wali Songo Semarang, *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*. Vol. 1 No.2
- Juliana, Hellen. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal SINOMIKA*. Vol. 1 No. 2.
- Kadir, Syahrudin. (2023). Peluang Industri Fashion Halal di Indonesia (Model Pengembangan dan Strategi). *Jurnal Ekonomi Al- Iqtishad*. Vol. 15, No. 1. hal. 143

- Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2022). dalam https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/KEKSI_2022.aspx, diakses pada 13 Februari 2024
- Khalishan, Fathan Rafi dan Nurul Hermina. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. Vol. 6 No. 4.
- Kholik, Abdul dkk. (2020). *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Penerbit Widiana Bhakti Persada), hal. 36
- Kotler, Philip. (2019). *Marketing 4.0*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama). hal.119
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.13*, (Jakarta:PT. Indeks), hal. 194
- Kotler, Phillip. (2021). *Manajemen Pemasaran : Edisi Keempat*, (Jakarta: CV Budu Utama) hal, 184
- Listyadewi, Regina Putri. (2023). Pengembangan Industri Halal Fashion Melalui Konsep Ekonomi Sirkular. *Jurnal Halal Research*. Vo.1 3, No. 1. hal. 39
- Maharani Nur, Rohmah dan Reni Shinta Dewi. (2022). Pengaruh Celebgram dan diskon terhadap Keputusan Pembelia Melalui Citra Merk Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No. 1.
- Maritsa, Ana dkk. (2016). Pengaruh Teknologi dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*. Vol.18, No. 1. hal. 154-15
- Misbakhudin, Agam dan Nurul Komaryatin. (2023). Content Marketing, Live Streaming, And Online Customer Reviews On Fashion Product Purchase Decisions. *Jurnal Iqtishaduna*, Vol. 12, No. 2.
- Mukti, Abdul dan Kartin Aprianti. (2021). Pengaruh Kualitas Pelyanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffe. *Jurnal Bina Manajemen*. Vol. 10, No. 1.
- Mustajibah, Tutuk dan Agus Trilaksana. (2021). Dinamika E-Commerce di Indonesia Tahun 1999-2015”, *Avatara e-Journal Pendidikan Sejarah* Vol. 10, No. 3. hal. 2
- Natalio, Christovao. (2024). Pengaruh Diskon, Brand Image, dan Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Reslaj*, Vol. 6, No. 4.

- Nurivananda, Shahnaz Maulidya dan Zumrotul Fitriyah. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 4 No. 4. hal. 3666
- Oktavia, Firza dan Ahmad Fageh (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ecodemica*. Vol. 6, No. 1.
- Pertiwi, Dewanti dan Henni Gusfa. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*. Vol. 8, No. 2.
- Prisma Miardi Putri dan R.A Marlien, “Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online”, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No.1, (2022), hal. 32
- Purnomo et.all. (2016). *Analisis Data Multivaariat*, (Banyumas: Omera Pustaka). hal. 30
- Rafi, Fathan dan Nurul Hermina. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. Vol. 6, No. 4.
- Ramadani, Desti Eka dan Khusnul Fikthyah. (2020). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan Tiktok Shop di Surabaya. *Jurnal Edunomika*. Vol. 7 No.1.
- Ramadhani, Hanifah dan Rochiyati Murniningsih. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Self-identiy Terhadap Halal Fahion di Indonesia, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi UNIMMA*. hal. 538
- Restiani Widjaja, Yani dan Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pmbelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 5, No. 1.
- Ria, Agustin dkk. (2022). Pengaruh Viral Marketing, dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKTUAL*. Vol. 20, No. 1.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. (2007). *Cara Mengguanakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, (Bamdung: Alfabeta). hal. 2-3

- Risnawati, Nisa Ririn dan Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, Vo.1, No. 2. hal. 132-133
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperime*, (Yogyakarta : Deepublish), hal. 75
- Rizkyana, Elza et. all. (2022). Industri Halal Fashion di Kota Pati: Peluang dan Tantangan”, *Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, Vol. 4, No. 2. hal. 80
- Saputra, Galih Ginanjar dan Fadhilah. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekuitas*, Vol. 4 No. 2.
- Sari, Dewi Komala et. all. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*, (UMSIDA Press: Sidoarjo), hal. 30
- Septiyani dan Effend Darta Hadi. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee), *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1.
- Setiadi, Yulius Wahyu. (2021). Pengaruh Marketing Online, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Produk Labbaik Chicken)”, *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, Vol. 1, No. 1. hal. 100
- Setyowati, Desy. (2023). *Daftar Produk Terlaris di Shopee, Tokopedia, BliBli hingga Lazada*, diakses dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6423b0483404e/daftar-produk-terlaris-di-shopee-tokopedia-blibli-hingga-lazada>. diakses pada 23 Januari Pukul 20.08
- Soekanto, Soejono. (2014). *Kamus Sosiologi*. (Jakarta:PT. RajaGrafindo)
- Standart D. State of Global Islamic Economy Report (2023), diakses dari pada 8 Februari 2023
- Stefani, Vanysa dkk. (2023). The Influence Of Online Customer Review, Live Tiktok, On Purchase Decision Of Somethinc Products With Customer Trust As A Mediation Variable On Tiktok Social Media, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12, No. 4.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset). hal. 217

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta). hal. 14
- Sumaryadi dkk. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lifestyle Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee di Kota Makassar, *Jurnal Nobel Management Review*, Vol. 3, No. 3.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). hal. 300
- Sutra Dewi, Aminar dan Nanda Habiburahman. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang. *Jurnal Economica*. Vol. 2, No. 5.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. (2016). *Manajemen Kualitas Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal. 137
- Utari, Dewi dkk. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Era Pandemi Covid-19: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 15, No. 1. hal. 94-95
- Wahyuni, Sri dan Saifudin. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Jurnal Al-Muraqabah*. Vol. 3, No. 1.
- Welsa, Henny dkk. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal KINERJA*, Vol. 19, No. 1.
- Yanthy, Sri dkk, (2022). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Dengan Pajak Sebagai Variabel Faktual, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 10, No. 2
- Zusrony, Edwin. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. (Semarang: Yayasan PAT), hal.39