

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P. (2023). Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam Uii. (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia*).
- Apriyani, N., & Suharti. (2016). Nuri Apriani & Suharti / Jurnal Manajemen Dewantara 1 (1): 21 - 34. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34.
- Astuti, A. F. W., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Customer Satisfaction, Brand Image dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Batik Pecel di Kota Madiun (Studi Kasus Konsumen Batik Murni di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/4886>
- Asriyati. 2020. “pengaruh word of mouth marketing (wom) terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel pemediasi (studi kasus warung bakso & soto sami asih pak birin purwokerto).”
- Atfin, R. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Potongan Harga dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Membeli Ulang Pada Distro Three Second Jember*.
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermaret Rungkt Surabaya. *Ekonomi*, 03(01), 36–46.
- Chen, Y., Lu, F., & Zheng, S. (2020). A Study on the Influence of E-Commerce Live Streaming on Consumer Repurchase Intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 48. <https://doi.org/10.5539/ijms.v12n4p48>
- Christy, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Peran Influencer, Dan Fitur Live Streaming Sebagai Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Aplikasi Tiktok. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 4.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6320–6334. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Gabryella, cathrine, djoko setyabudi, dan agus naryoso. 2022. “pengaruh intensitas menonton live streaming tiktok live dan product knowledge di tiktok shop terhadap minat beli gen z pada produk fashion.”
- Ghozali, I. (2015). *Partiel Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING MARKETING TIKTOK (Studi pada pengguna aplikasi Tiktok di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital, Volume 1(2)*, 171–184.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan (Cetakan Pertama)*. Media Pressindo.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- 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.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang makanan di rumah makan ayam bakar wong solo alauddin kota makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 2(1)*, 50–64.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. unitomo press.
- Indriani, D. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. ANDI.
- Istantin, S., & Lestari, P. (2018). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta*. 7(2), 129–140. <https://doi.org/10.30588/jmp.v7i2.362>
- Islami, C. D. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE EFABRIC*. 1–110. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.131.20.0043/B.131.20.0043-15-File-Komplit-20240105095946.pdf>
- Kotler, P dan Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Bandung: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lupita, P. (2013). Pengaruh Harga Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Produk Fashion (Inditex) Di PT Mitra Adiperkasa, Tbk. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*, 1–2.
- Marlina, H., Rizan, M., Ferry Wibowo, S., & Author, C. (2024). The Influence of

- Live streaming, E-Promotions and Content Marketing on Repurchase Intentions with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on Local Brand Jiniso). *International Journal of Economics, Management and Accounting (IJEMA)*, 1(8), 2988–7615.
- Mausul, D. C., & Ma'mun, S. M. (2024). Pengaruh Live Streaming Tiktok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live Streaming di Akun Media Sosial TikTok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 3(2), 2391–2400.
- Mirandi, O. A. S., & Rimiayati, H. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Matahari Department Store Yogyakarta. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(2), 1–10.
<https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i2.106>
- Nuraini, S. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING, BRAND AWARENESS, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK HENZ ABC DI PT TIRTA GRACIA UTAMA*. Universitas GICI.
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1495–1514.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>
- Nurkhasanah, S., & Mahmud. (2022). Pengaruh Persepsian Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada ShopeeFood). *JMDB Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(2), 1–16.
- Oliver, R. L. (2018). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418–430.
<https://www.jstor.org/stable/2489356>
- Pratama Yudya Putra, A., Layla Zhafira Hilwana, A., Fadhli Al Multazim, M., Zhafran Hafiz, M., & Sarah Maesaroh, syti. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital UPI Di TikTok Shop. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 6(1), 1–21. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek%22http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). ANALISIS PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta). *Upajiwa Dewantara*, 4(2), 147–160. <https://doi.org/10.26460/mmud.v4i2.8796>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen

- Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Safira di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>
- Rizkina, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Toko Nzr Phone*. Masters thesis, UIN Ar-Raniry. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/22934/1/Fika Rizkina%20 180602005%20 FEBI%20 ES%20 085270421226.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/22934/1/Fika%20Rizkina%20180602005%20FEBI%20ES%20085270421226.pdf)
- Rizky, S. N., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). *Pengaruh Flash Sale , Gratis Ongkos Kirim , dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna Shopee*. 5(1).
- Salsabila, C., Umbara, T., & Setyorini, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 668–679. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.405>
- Santoso, D. B. (2023). *Ekonomi Industri: Tinjauan Teori dan Kebijakan*. UB Media.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2020). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-.
- Sarah, & Sobari, N. (2022). The effect of live streaming on purchase intention of e-commerce customers. *The 6th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 283–290.
- Sidanti, H., & Ditta, A. S. A. (2021). Analisis Perilaku terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Angkringan di Masa Pandemi Covid-19. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 1311–1327. <https://jurnal.widyagama.ac.id/index.php/cebi/article/view/189>
- Simanungkalit, R., Sinaga, N. A., & Hutagalung, J. (2023). Pengaruh Diskon Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli Pandan. *Jurnal Ilmiah Penalaran*, 5(1), 1–12. <https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/view/511%0A> <https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/download/511/420>

- Soleha, F., Risal, M., & Wahyuningtyas, N. (2024). pengaruh live streaming, online customer review, cashback promotion dan discount flash sale terhadap minat beli produk shopee (studi kasus pada pengguna shopee di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 510–518.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung : Alfabeta.
- Sundari, W. S., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN TERHADAP The Effect Of Price Discounts , Free Shipping And Ease Of Payment On. *Jurnal Tambora E-ISSN:*, 7(3), 1–9.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tejasari, R. H., Sutikno, B., & Chasanah, U. (2017). *Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Diskon Dan Lokasi Terhadap Niat Membeli Ulang Pakaian Di Toko Pakaian “Rahayu”*
[http://eprint.stieww.ac.id/id/eprint/447%0Ahttp://eprint.stieww.ac.id/447/1/151102791 RATIH HELY TEJASARI.pdf](http://eprint.stieww.ac.id/id/eprint/447%0Ahttp://eprint.stieww.ac.id/447/1/151102791%0ARATIH%0AHEL%0ATEJASARI.pdf)
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wingsati W E, & Prihandono D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 195–205.
<http://maj.unnes.ac.id>
- Yulianti, N. M. D. R., Suprapti, N. W. S., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Pada Circle K Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 36–44.
- Yusuf, J. C., & Prayogo, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka. *Jurnal Petra*, 9(1), 1–11. www.liputan6.com,