

DAFTAR PUSTAKA

- Agisnawati, A. (2021). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara) (*Doctoral dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Anggraeni, F., & Prijati, P. (2016). Pengaruh promosi, diskon dan *Impulse buying* terhadap keputusan pembelian hypermarket PTC Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace Shopee*. (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Azwari, A., & Lina, L. F. (2020). Pengaruh *price discount* dan kualitas produk pada *impulse buying* di situs belanja *online Shopee* Indonesia. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 37-41.
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). *Affiliate Marketing* terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 157-167.
- Fadila, M. E., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Pengaruh harga, *review* produk, *affiliate marketing* terhadap keputusan pembelian pada sosial commerce. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 724-733.
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh *brand image* dan *live streaming marketing* di TikTok terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 290-303.

- Finanda, N. A., Niode, I. Y., & Abdussamad, Z. K. (2025). Pengaruh *Live Streaming* dan *Affiliate Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace Online*. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 997-1005.
- Hasrul, A. F., Suharyati, S., & Sembiring, R. (2021). Analisis pengaruh *online customer review* dan rating terhadap minat beli produk elektronik di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1352-1365.
- Hulu, Y. J., & Christiarini, R. (2023). Pengaruh *Live Streaming Shopping* Terhadap Penjualan Barang Thrifshop Di Kota Batam: *Live Streaming Shopping*. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(1), 73-90.
- Husna, F. (2023, May). Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *In Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 299-306).
- Lestari, I., & Suryani, W. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh *Price Discount* dan Bonus Pack terhadap *Impulse Buying* melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129-140.
- Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan *discount* terhadap *impulse buying* pada mahasiswa pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290-299.

- Misra, I., Zakiah, Z., & Sukmana, E. T. (2021). Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 94-106.
- Maulida, R., & Siregar, S. (2023). Pengaruh *Affiliate Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Survey Pada *Followers Instagram Scarlett Whitening*). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(24), 607-615.
- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh *online consumer review* dan *price discount* terhadap keputusan pembelian konsumen *marketplace Shopee* di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14-19.
- Nilawardhani, F. D., Suharto, B., Sumber, M. P., Manusia, D., Pascasarjana, S., & Surabaya, K. (2024). Strategi Pemasaran Langsung Melalui *Live Streaming* di Platform *Shopee*. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 432-443.
- Nst, W. A. P., & Simanjuntak, D. (2023). *Implementasi Praktik Promosi Diskon dan Giveaway Media Sosial Dalam Menarik Minat Beli Konsumen*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 484-491.
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399-413.
- Rahmania, I., & Waris, A. (2024). Pengaruh *Price Discount* dan Konsep Diri terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Tiktok Shop. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 143-155.

- Rahmawati, N. F. (2023). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Rivanto, R., & Wardini, L. (2024). Pengaruh *Customer Rating, Customer Review* Dan Kepercayaan Terhadap Minat Belanja *Daring* Pada *Marketplace Shopee*. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(2), 80-95.
- Rizqi, M. A. A. (2024). *Pengaruh Affiliate Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z di Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). Analisis pengaruh *customer review* dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian produk di *online marketplace* (studi pada mahasiswa pengguna Tokopedia di kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Sitinjak, T. J. R., & Silvia, V. (2022). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3669-3674.
- Situmorang, T. (2025). Kepercayaan Konsumen Memediasi *Live Streaming* Dan *Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Gen Z Pengguna Shopee Di Kota Medan.
- Selviani, A., Duharman, D., & Sanjaya, A. H. (2024). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Indomaret Simpang Lima Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 43-52.
- Suryanatha, I. B. (2023). Studi kasus tik-tok affiliate sebagai wajah baru *consumer to consumer (C2C)* dalam ranah ekonomi digital. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 374-385.

- Suryanatha, I. B., Ningrum, W. S., Hapsari, I., & Ryamizardin, D. (2023). Inovasi produk rotan serta peningkatan skill digital marketing berbasis *e-commerce* dan media sosial dalam menunjang local pride. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(4), 816-825.
- Wahyudi, T., Rinuastuti, B. H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap kepercayaan konsumen remaja Kota Mataram pada pembelian produk fashion Shopee online shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1-7.
- Yuarti, Y. V., Purwati, T., Tima, E. M., & Rakhmadian, M. (2024, September). Pengaruh Live streaming TikTok Shop Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Beli Konsumen. In *Prosiding Seminar Nasional IKIP Budi Utomo* (Vol. 5, No. 1, pp. 104-116).