

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. noor, & Rosyidi, S. (2023). Pengaruh Persepsi harga, Customer Review, Customer Rating dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1).
- Al Fajri, M. A., Moelyati, T. A., & Yamalay, F. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Pembelian Impulsif melalui Variabel Intervening Emosi Positif pada Marketplace di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3). <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1362>
- Andriani, D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1).
- Asnawi, N. , & S. N. D. (2021). Islamic Banking Service Innovation in Customer Co-Creation: Its Impact on Customer Trust, Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 56, 65–82.
- Aulia Putri, D., Mara, C., & Swadaya Gunung Jati Cirebon, U. (2023). The Influence of Flash Sale, Cash Back, and Free Shipping on Decisions to Purchase Garnier Products on Shopee (Case Study of Garnier Users in Cirebon City). *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 4(3), 893. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i3.9158>
- BPS Kabuoaten Jember. (2023). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chen, Y. , L. M. , & L. Y. (2022). Impact of Live Streaming on Consumer Buying Decisions. . *Journal of Digital Marketing*, 6781.
- Data Internal TikTok Indonesia. (2023). *Penggunaan TikTok Shop di Indonesia Berdasarkan Usia dan Lokasi Geografis*.
- Edyansyah, T., & Bachri, N. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 02.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS. 1.*
- Gunadarma, U. (2021). *Perkembangan internet. 2.*

- Harmayani, D. M. A. hamzah, N. M. (2020). E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital. *Kita Menulis*.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1203>
- Ira Yuniar, C., Fitur Live Streaming, P., Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pos Grosir Ecer Pada Aplikasi Shopee Cintami Ira Yuniar, D., Muhadi Setiabudi Muhammad Syaifulloh, U., Muhadi Setiabudi Roni, U., Dewi Mulyani, I., & Muhadi Setiabudi, U. (2024). Universitas Muhadi Setiabudi. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(5), 485–495. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i5.2609>
- Kenneth Laudon, C. G. T. (2017). E-Commerce 2017. : : *Business, Technology, Society 13th Ed. (13th Ed.)*. Pearson Education.
- Khairunnisa, I., & Hartini, N. (2020). HUBUNGAN ANTARA CAREGIVER BURDEN DENGAN SUBJECTIVE WELL-BEING PADA IBU GENERASI SANDWICH CORRELATION BETWEEN CAREGIVER BURDEN AND SUBJECTIVE WELL-BEING IN SANDWICH GENERATION MOTHERS. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*. <https://doi.org/10.54443/sikontan.v1i2.383>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran Principle of Marketing 7e* (Agus Widyanoro, Ed.; 7th ed.). Kosasih Iskandarsyah.
- Lembaga Riset Digital Indonesia. (2023). *Tren E-Commerce di Jawa Timur 2023*. Jakarta: Digital Insight Group. .
- Lenny Septian. (2023). *Live Streaming Shopee Ungguli Tiktok, Lazada, Tokopedia* , 2023, .
- Liu, X., Zhang, L., & Chen, Q. (2022). The effects of tourism e-commerce live streaming features on consumer purchase intention: The mediating roles of flow experience and trust. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.995129>
- Manurung, A. , et al. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di platform e-commerce TikTok Shop di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(3), 235-249.
- Margaretha Sinaga, S. (n.d.-a). *PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DI SHOPEE* Widhi Ariestianti Rochdianingrum Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Margaretha Sinaga, S. (n.d.-b). *PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*

PRODUK SKINCARE DI SHOPEE Widhi Ariestianti Rochdianingrum Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. 90(1), 16–38.
- Mutia Arda, & Dewi Andriany. (2023). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF MS GLOW SKINCARE. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(4). <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v3i4.960>
- Naharul, T. S., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*.
- Octarani, N., et al. (2024). Pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian produk kecantikan di TikTok Shop. *Jurnal Teknologi Dan Pemasaran*, 15(2), 145-160.
- Oroh, D., Tumbuan, W., Gunawan, E., C Oroh, D. G., F Alfa Tumbuan, W. J., & Gunawan, E. M. (2024). *THE INFLUENCES OF LIVE STREAMING AND FLASH SALE IN TIKTOK SHOP TOWARD PURCHASE DECISION OF ECONOMICS AND BUSINESS FACULTY*. 10(03), 956–967.
- Philip Kotler, K. K. (2019). *Marketing Management*. Pearson UK.
- Prahadi, Z., Musa, K., & Satrio, D. (2024). *THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING, LIVE STREAMING AND ONLINE CUSTOMER RATING ON PURCHASE DECISIONS AT TIKTOK SHOP*.
- Purnomo, N., & Arwana, D. S. (n.d.). PENGARUH LIVE STREAMING SELLING, DISKON, GRATIS ONGKIR DAN CASH ON DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2). <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.9647>
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). THE INFLUENCES OF PROMOTION MIX AND SERVICE QUALITY ON GRABFOOD PURCHASING DECISION (STUDY OF GRABFOOD SERVICE USERS IN THE CITY OF MANADO DURING THE COVID-19 PANDEMIC). In *1482 Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Rissa Febrianti, & Mochammad Mukti Ali. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Downy di Borma Dago. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2064>
- Riza Amalia Rifani, S. A. D. S. S. (2022). ngaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Jurnal Management*, 101–107.

- Rizkya, S. N., Sarah, S., & Fanji, F. W. (2024). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkos Kirim, dan Live Streaming terhadap Impulsive Buying pada pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1629>
- Santoso, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Media Digital*, 5(1), 89–102.
- Septiani, S., Rahmawati, S., & Ayuningtyas, F. N. (n.d.). The Influence of Live Streaming and Flash Sales on Purchasing Decisions on the Tiktoshop Application. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 4(3), 929. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i3.9161>
- Septiyani, S., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Flash Sale, Live Streaming Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Study Pembelian Produk Berrybenka Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Jesya*, 7(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1505>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Pengaruh Pemasaran Digital Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Di E Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran)*.
- Stefani, V., Listiana, E., Afifah, N., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2023). The Influence Of Online Customer Review, Live Tiktoshop, On Purchase Decision Of Somethinc Products With Customer Trust As A Mediation Variable On Tiktoshop Social Media. THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, LIVE TIKTOSHOP, ON PURCHASE DECISION OF SOMETHINC PRODUCTS WITH CUSTOMER TRUST AS A MEDIATION VARIABLE ON TIKTOSHOP SOCIAL MEDIA under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12, 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Suryana, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(2), 123-135., 10(2), 123–135.
- Syaputra, A., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (n.d.-a). *PENGARUH VIDEO LIVE STREAMING SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS TOKO LONDON FASHION PADANGSIDIMPUAN)*.
- Syaputra, A., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (n.d.-b). *PENGARUH VIDEO LIVE STREAMING SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS TOKO LONDON FASHION PADANGSIDIMPUAN)*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*.

Ulfitriana, A. , et al. (2024). Pengaruh flash sale terhadap keputusan pembelian mahasiswa di TikTok Shop. *Jurnal Pemasaran Digital*, 18(1), 88-101.

Universitas Jember. (2023). *Laporan Survei Mahasiswa dan Penggunaan Media Sosial*. UNEJ Press. .

