

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amareza, B., Laely, N., & Rukmini, M. (2025). *Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Wardah Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kadiri)*. 11(2023), 336–343.
- Anthony, M., & Hana, K. F. (2024). Pengaruh Fitur TikTok Live Streaming terhadap Minat Beli Generasi Z dengan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 385–394.
- APJII. (2024). *Survei Internet Indonesia 2024*.
<https://apjii.or.id/survei/2024/download>
- Arviyan, M., Prabowo, S., Triwidyati, E., & Priyantoro, P. (2025). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Barley Store Kota Kediri*. 5, 260–272.
- Azalia, H. P., & Abdurrahman, A. (2025). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Pengaruh Promosi Live Streaming Tiktok dan Harga terhadap Minat Beli Pada Skincare Skintific*. 7(3), 707–714.
<https://doi.org/10.37034/infeb.v6i2.913>
- Azzahra, C. Z., & Lestari, T. (2026). *Pengaruh Interaksi Live Streaming Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen E-Commerce Tiktok Shop Wilayah Jakarta Barat*. 2(2).
- Cong, Z., Liu, J., & Manchanda, P. (2021). The Role of “Live” in Livestreaming Markets: Evidence Using Orthogonal Random Forest. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3878605>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Dahmiri. (2020). Pengaruh sosial media marketing dan brand equity terhadap minat beli. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 17(2), 194–201.
<https://doi.org/10.30872/jkin.v17i2.7354>
- Damanik, E. O. P., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamdat, A., Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Henrietta, N., Mandey, J., Leni, P., Nabila, R., Dwita, V., Kidul, S. B., Piedra, R., & Beliaikin, A. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku konsumen: Prinsip dasar, Strategi dan Implementasi*.
- Hidayah, F. N. (2025). *Ada 49,4% masyarakat Indonesia pernah melakukan thrifting*. 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi>
- Irwanto, D., Abadi, R. R., Musa, M. I., & Riu, I. A. (2026). *Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming TikTok Shop terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa Aktif Manajemen Universitas Negeri Makassar)*. 5(1), 2169–2176.
- Isnaeni, H. M., Stiawan, E., Arisandi, D., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, U., Fatmawati, N., Beli, M., Harga, P., & Produk, U. (2026). *Analisis Pengaruh Ulasan Produk , Persepsi Harga , dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Produk Halal di Tiktok Shop*. 12(2), 160–175.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kurniasari, I., & Yani, M. (2025). *The Influence of Live Streaming , Price Perception , and Customer Review on Purchasing Decisions for Skintific Products at the TikTok Shop*. 2(4), 279–299.
- Lu, Z., Xia, H., Heo, S., & Wigdor, D. (2018). You watch, you give, and you engage: A study of live streaming practices in China. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2018-April*. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174040>
- Luthfiyyah, N., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen*. 4(2), 642–648.
- M, G. V. S. S., & Gunawan, L. (2023). *THE EFFECT OF PRICE , PRODUCT , PROMOTION TOWARDS CONSUMERS ' PURCHASE INTENTION AT T4U INDONESIA , WEST SURABAYA BRANCH*. 141–154.
- Nugroho, L. S. (2023). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa*. 25(2), 20–27.
- Nurhayani, & Chintia. (2025). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI TIKTOK DI PENDAHULUAN* Internet membantu masyarakat dengan mudah mengakses informasi mengenai berbagai hal , setiap perusahaan dapat menerapkan metode pemasaran dengan men. *Sains Manajemen Sastra*, 11(1), 41–54.
- Pangastuti, J., Sujiono, & Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada*

Counter Wardah Di Borobudur Kediri. 2, 69–84.

- Pangastuti, R. L., Prasetyo, N. A., Pratomo, P. A., Murniasih, I., Priyantoro, P., Rachmawati, L., Sabilirasyad, I., Kusumarani, R., Gunung, T. M. R., Nareswari, A., Hermansyah, M., & Irdiana, S. (2024). *Revolusi Fintech: Dampak Teknologi pada Model Bisnis dan Layanan Keuangan*. media kunkun nusantara.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: A New Extension of the Technology Acceptance Model*. *MIS Quarterly*, 30(1), 115–143.
- PDDIKTI. (2025). *Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI)*. PDDIKTI. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id>
- 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>
- Rokhma, S. A., Putra, Y. P., & Chandra, A. (2025). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 9(2), 2507–2519.
- Rosa, M. B., & Huda, A. M. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING TIKTOK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA KONSUMEN AKUN PRODUK ATAP UPVC @DR.SHIELD. *The Commmercium*, 9(2), 130–143.
- Santoso, A. (2020). *The Effect of Security and Trust on Online Purchasing Decisions at Shopee by Kadiri University Students*. 473(Icss), 799–804.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (9th ed.). Wiley.
- Suharyati, Sustiyatik, Ruhamak, M. D., Susilo, H., & Gustiawan, E. (2021). *Pengaruh Harga, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Ud. Tri Jaya Rizki Abadi Di Kabupaten Kediri. 2*.
- Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2019). How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 37, 100886.
- Wahyuni, L. P. H. (2025). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pasar Perumnas Way Halim (Studi Kasus pada Thrift Bylels). *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 500–506. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3782>