

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. A. (2023, Juni 9). *TikTok Jadi Media Sosial yang Banyak Digunakan Gen Z Cari Informasi*. Diakses pada 12 Februari 2024, Retrieved from Teknologi.id:<https://teknologi.id/entertainment/tiktok-jadi-media-sosial-yang-banyak-digunakan-gen-z-cari-informasi>
- Aisyah, S., Imamsyah, Banurea, S. A., Supardi, & Bimantaka, Y. (2023). Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia Seller Apps untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan) . *Abdinesia: jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6-11.
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023). Peran Live Streaming dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi TikTok Shop Studi pada Mahasiswa Angkatan 2020. *Marketgram Journal*, 106-113.
- Amin, D. E., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya). *Edunomika*, 1-11.
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut Akun @skintific_id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 13-26.
- Annur, C. M. (2023, September 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Diakses pada 20 Februari 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- APJII *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. (2024, Februari 7). Diakses pada 5 Maret 2024, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internetindonesiatembus221jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internetindonesiatembus221jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023)
- Azzahra, N., Putri, Y. H., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Phone di Fakultas Ekonomi Kampus Palembang Universitas Sriwijaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syari'ah*, 789-801.

- Dewi, F. S., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorsement, dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Widya*, 351-365.
- Fathiyah. (2023). TikTok dan Kebebasan Berekspresi di Ruang Digital Bagi Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 166-177.
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image dan Live Streaming Marketing di TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 290-303.
- Febriyanti, A., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online customer Review, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening di TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 50-57.
- Febsri Susanti, D. S. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/i SMKN 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewajiban*, 1318-1331.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J., & F.Tamengkel, L. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 69-72.
- Habiburrahman, Raf, M., & Kartika, S. (2019). Pengaruh Country of Origin (Asal Negara Produk), Harga, dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 87-96.
- Hair, J. F., & William C. Black, B. J. (2018). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hamdani, A., Rahma, N., & Jannah, M. A. (2023). Analisis Persepsi Khalayak Terhadap Berita Penutupan Live TikTok Shop. *Prosiding Seminar Nasional*, 742-752.
- Harley Davidson, S. D. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Import di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 61-70.

- Hartono, J., & Willy, a. (2016). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Hayati, C. S., & Sudrajat, R. H. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 415-426.
- Islami, C. D., & Susanto. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 22 No. 2*, 215 - 226.
- Lilil Maslucha, N. A. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok, Brand Minded, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett (Study Pada Followers TikTok Scarlett di Indonesia). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 912-922.
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Survei pada shopper live streaming @Louissescarlettfamily). *Commercium*, 87-97.
- Mausul, C. D., & Ma'mun, M. S. (2024). Pengaruh Live Streaming TikTok Shop (Studi Minat Pembelian Pengguna Live streaming di Akun Media Sosial TikTok @imazanhijab). *Karimah Tauhid*, 2391-2400.
- Misbakhuddin, A., & Komaryatin, N. (2023). Content Marketing, Live Streaming, and Online Customer Reviews on Fashion Product Purchase Decisions. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 293-307.
- Mumtaz, Z. S., & Saino. (2021). Pengaruh Pengguna Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 282-291.
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3664-3671.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi TikTok dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia . *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 497-506.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmospere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 143-152.

- Rahayu, D. S., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Country of Origin, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik YOU di Terang Beauty Demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 182-195.
- Rahmawati, 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*, 80-93.
- Rahmayati, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 337-344.
- Salim, N. I., & Lahindah, L. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek Innisfree di Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 82-99.
- Sartika, S. N., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah pada Online Shop . *Jurnal Makesya Volume 2 Nomor 1* , 51-60.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. West Sussex: John Wiley&Sons Ltd.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0: untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Soraya, A., & Siregar, O. M. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara. *Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 400-416.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Syafranita, N., & Muhammad Asnawi. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate* : Vol. 7 No. 2, 31-40.
- Tamara, C. D., & Nurlinda, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, 275-295.
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country of Origin dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic di Tunjungan Plaza Surabaya. *Journal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1583-1590.
- Wulandari, I., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Country Of Origin, Gaya Hidup dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 6 No. 2*, 515-528.
- Wulandari, I., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Country of Origin, Gaya Hidup, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 515-528.
- Wulandari, I., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Country of Origin, Gaya Hidup, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 515-528.
- Wulandari, I., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Country of Origin, Gaya Hidup, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 515-528.
- Yulius, A., & Aprillia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Pembelian Impulsif pada Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 809-821.
- Yurindera, N. (2023). Minat Beli pada Live Shopping TikTok Berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility. *Jurnal Esensi Infokom*, 85-89.
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 115-118.