

DAFTAR PUSTAKA

- Adil Satiawan, Solling Hamid, R., & Maszudi, E. (2023). *Pengaruh content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen DiTikTok*. 9(1). <https://doi.org/10.32528/Jmbi.V9i1.238>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara : Kajian Ilmu Sosial Multidisiplin*, 1(No.3). <https://doi.org/10.59996/Jurnalpelitanusantara.V1i3.350>
- Amirullah. (2022). *PERILAKU KONSUMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 20(2). <https://doi.org/10.51881/Jak.V20i2.9>
- Ani, N. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Indonesia*. (Vol 1 No. 4). <https://doi.org/10.59966/Bisma.V1i04.398>
- Apriliani, D. U., Eka Kartika, S., & Asma Nadiya, A. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN BATRISYIA HERBAL*. 21(1). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i1.6287>
- Apriyanti, H., Nabilla, N. H., Kinaya, R. S., Aeni, I. S., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial Pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1 No. 4, 229–237. <https://doi.org/10.62383/Sosial.V1i4.929>
- Arfah, Y., & Cindranata, Y. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Discount Terhadap Loyalitas Konsumen Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Pengguna Dana. *Digital Business Progress*, 3(1). <https://doi.org/10.70021/Dbp.V3i1.140>
- Aryani, M. (2021). *ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA HOTEL KILA DI KABUPATEN LOMBOK BARAT TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN*. 9(No.1). <https://doi.org/10.33394/Vis.V6i1.4085>
- A.S, A., & Ali, H. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat Dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3 No. 2. <https://doi.org/10.38035/Jmpd.V3i2.336>
- Azzahra, F., & Lestari, D. (2024). Pengaruh Live streaming Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Platform E-Commerce. *Jurnal*

- Babber, A. (2025, October 9). *Statistik TikTok 2026: Tren Utama Dan Wawasan Pengguna*. Venuelabs. <https://Venuelabs.Com/Id/TikTok-Statistics/>
- Bachri, S., Mandala Putra, S., Sastrawan Farid, E., Darman, D., & Gihna Mayapada, A. (2023). *THE DIGITAL MARKETING TO INFLUENCE CUSTOMER SATISFACTION MEDIATED BY PURCHASE DECISION*.
<https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2023.021.03.03>
- Bintang, M., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi TikTok Dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, (http://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/Issue/View/85), 497–506. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8315865>
- Budiarno, Nyoman Udayana, I. B., & Lukitaningsih, A. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, (Vol. 19 No. 02 (2022)). <https://doi.org/10.25134/Equi.V19i02.4531>
- Damayanti, D., Wahyumingtyas, Y. F., Asteria, B., & Satrio Nugroho, M. A. (2023). *Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha.
- Dirgantara Prayoga Putra, L., Firmansah, R. A., Dhiyya Uddin, U., & Raisadewa, D. (2025). *Pengaruh Discount Dan Shopee Live Terhadap Belanja Impulsif Di Solo*. (Vol. 3 No.3).
<https://doi.org/10.23917/Determinasi.V3i3.499>
- Fauzi Hadi, D., & Zakiah, K. (2021). *Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi*. 16(No. 1).
<https://doi.org/10.36618/Competitive.V16i1.1171>
- Fitriyani, S., & Tukiran, M. (2024). THE ROLE OF MARKETING MANAGEMENT IN BUILDING LONG-TERM CUSTOMER VALUE (LITERATURE REVIEW). *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND LITERATURE*, 3 No.6.
<https://doi.org/10.53067/Ijomral.V3i6.273>

Gustar, G., Sy, A., & Syafaat, A. (2025). Peran *Digital Marketing* Dan *Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Pengguna Aplikasi TikTok. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 706–718.
<https://doi.org/10.62710/Zgxa6s67>

Haque-Fawji, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022).

Strategi Pemasaran - Konsep, Teori, Dan Implementasi. Pascal Books.

Hardiyanto, D. Y., & Susanti, R. (2024). PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *DISCOUNT*, DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI TERHADAP PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI SURAKARTA). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8).
<https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i8.1850>

Heriyanto, H., Ririn, R., Nurahman, N., & Mulyanto, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Discount Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Aplikasi Online Shop Shopee*. 7(1).
<https://doi.org/10.35326/Jiam.V7i1.5211>

Hess, T., Riedl, R., & Becker, L. (2024). *Digital Business As A Field For Research And Education*. <https://doi.org/10.1007/S12525-024-00726-Y>

Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Pratito Sri Nugroho, D. W., & Suryawardana, E. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PUDANIS DI KALIWUNGU)*. 19 No. 1.
<https://doi.org/10.26623/Slsi.V19i1.3001>

Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). *Pengaruh Discount Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce*. (Vol. 7 No. 11). <https://doi.org/10.56338/Jks.V7i11.6400>

Ilham, I., Widjaja, W., Tri Sutaguna, I Nyoman, Yanto Rukmana, A., & Yusuf, M. (2023). *Digital Marketing's Effect On Purchase Decisions Through Customer Satisfaction*. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2).
<https://doi.org/10.55606/Cemerlang.V3i2.1154>

Indrawati, Dr. Ir. M., Djuuna, M., & Dr. Rusdiyanto. (2024). *KEPUTUSAN*

PEMBELIAN PENGARUH WEBSITE QUALITY, SALES PROMOTION, PRICES THROUGH CONSUMER TRUST (S. E. , M. SI. , Ak. , CA. Prof. Dr. N. Fadjrih Asyik & S. E. , M. A. B. Ulum, Eds.). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

- Ira Yuniar, C., Syaifulloh, M., Roni, R., & Dewi Mulyani, I. (2024). Pengaruh Fitur *Live streaming*, *Discount* Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pos Grosir Ecer (Pge) Pada Aplikasi *Shopee*. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(2). <https://doi.org/10.61722/Jinu.V1i5.2609>
- Iriani, N., Dewi, A. K. R. S., Sudjub, S., Talli, A. S. D., Surianti, Setyowati, D. N., Lisarani, V., Arjang, Nurmillah, & Nuraya, T. (2022). *Metodologi Penelitian*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Kartika, I., Surachman, A. E., Tiara Nezal, O. R., & Mariono, E. (2023). E-COMMERCE DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHIKEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 14 No. 2. <https://doi.org/10.36277/Geoekonomi.V14i2.310>
- Kharis, I. F., & Indriani, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/Jbm.V10i1.31278>
- Kohar Septyadi, M. A., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.>
- Lestari, P., Muhajirin, & Ismundar. (2024). Pengaruh Harga Dan *Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bolly Dept Store Sila Bolo. *Jurnal Riset Manajemen*, (Vol. 2 No.3). <https://doi.org/10.54066/Jurma.V2i3.2208>
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. (Vol 19 No. 1). <https://doi.org/10.21831/Jim.V19i1.49600>
- Maulana, M. R. (2024). Pengaruh *Live streaming* Dan *Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Laboratorium*, 14(2). <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i2.1445>
- Musnaini, & Suherman. (2020). *Digital Marketing* (R. Nur Brilliant, Ed.). Pena Persada.
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Maulana, M. A., & Hanifah. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis *Online*. *Artikel*

- Nurdiansah, I., & 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), 1421–1430. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>
- Nurhayaty, M. (2022). STRATEGI MIX *MARKETING* (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*, 8 No.2. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Oktavia, R., & Tjahjadi, B. (2021). Pengaruh Transformasi *Digital* Terhadap Kinerja Perusahaan. *DEREMA: Jurnal Manajemen*, 16(2), 158–172. <https://doi.org/10.19166/derema.v16i2.2953>
- Pasya, A., Octavia, A., & Yuniarti, Y. (2025). *PENGARUH LIVE SHOPPING DAN DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PENGGUNA TIKTOK DI KOTA JAMBI*. (Vol. 4 No. 3). <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.42576>
- Prasetyo Wati, A., Aulia Martha, J., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska, Ed.). Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).
- Pratiwi, N. D., & Fadhli, K. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*. (Vol. 2 No.2). <https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.684>
- Puspa Paramita, M. K., Susanti, L. E., & Pambudi, B. (2023). Peranan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 2 No.4, 962–977. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i4>
- Putra, R. (2021). *DETERMINASI KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>
- Putri. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Platform E-Commerce*. <https://doi.org/10.65344/mass.v2i2.145>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online*. (Vol. 5 No.1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

Rachmadhini Fajrin, T., & Aprianingsih, A. (2024). *The Influence Of Marketing Mix (7PS) To Customer Satisfaction Customer Loyalty And Customer Retention At CoffeShop*. <https://doi.org/10.37676/ekombis.V12i3>

Rachmat, Z., Yanto Rukmana, A., & Nurendah, Y. (2023). *STRATEGI BISNIS DIGITAL DAN IMPLEMENTASINYA* (D. Purnama Sari, Ed.). GET PRESS INDONESIA.

Rachmi Adiarsi, G., Eka Putra, A., & Raymond. (2024). *PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme*. (<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/N/Issue/View/714>). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.V10i2.14603>

Ria Murhadi, W., & Cahaya Reski, E. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN, WORD OF MOUTH, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TIKTOKSHOP (STUDI PADA KONSUMEN TIKTOKSHOP). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16 No. 2(<https://jibeka.asia.ac.id/index.php/jibeka/Issue/View/48>), 229–240. <https://doi.org/10.32815/jibeka.V16i2.471>

Rifa'i, SE., M. S. Dr. K. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN* (S. IP., M. A. M. H. HS, Ed.). UIN KHAS Press.

Rizky Maulana, M., Novie, M., Muzdalifah, L., & Kamila, E. R. (2025). PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *DISCOUNT* MELALUI EMOSI POSITIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND ERIGO DI TIKTOK SHOP. *Jurnal Lentera Bisnis*, (Vol 14 No. 2). <https://doi.org/10.34127/jrlab.V14i2.1445>

Rosario Mesquita, F. Do, & Chandra Jaya, R. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Tais Market Dili*. (Vol. 4 No. 2). <https://doi.org/10.47709/jebma.V4i2.4186>

Rusni, A., & Solihin, A. (2022). *PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DISCOUNT HARGA DAN TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE DI SHOPEE*. (Vol. 7 No. 2). <https://doi.org/10.38043/jimb.V7i2.3841>

- Safik, K., Hasanah, H., & Ulfitri Nedi, L. A. (2025). Strategi Pemasaran *Digital* Untuk Merek Smartphone Mewah: Tinjauan Literatur Sistematis. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18 No. 2. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V18i2.3078>
- Salmah, A., & Faraby, M. E. (2024). *Analisis Perilaku Impulse Buying Pada Discount Live streaming Di E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo*. (Vol. 6 No. 2). <https://doi.org/10.36985/Zz9zfp86>
- Setiawan, E. (2024). Peran *Live streaming* Dan *Discount* Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada E-Commerce *Shopee* Di Kota Palembang. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, (Vol 3 No. 1). <https://doi.org/10.59031/Jkpim.V3i1.521>
- Sholihah, S. Z. (2023). *The Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Keyzha Collection*. (Vol. 2 No. 1). <https://doi.org/10.47233/Jemb.V2i1.1097>
- Siska, J., & Purba, T. (2022). *Pengaruh Discount Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Wellindo Blast Media Di Kota Batam*. 5(1). <https://doi.org/10.32877/Eb.V5i1.302>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). ALFABETA. <https://penerbitzaini.com/>
- Sukma Mirandi, O. A., & Rimiyati, H. (2023). *PENGARUH DISCOUNT, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE YOGYAKARTA*. (Vol. No.2). <https://doi.org/10.47134/Jbhi.V1i2.106>
- Sundari Eva, Dr. H., & Hanafi, I. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN* (D. P. SE, Ed.). UIR PRESS.
- Supian, S., Mu'in, A., & Zohriah. (2024). Perumusan Visi Dan Misi Jasa Pendidikan, Perencanaan Pemasaran, Serta Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan. *Journal Of Human And Education*, Vol. 4 No. 6. <https://doi.org/10.31004/Jh.V4i6.1699>
- Susanti, E., Hidayat, T., & Putri, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Bisnis *Digital*. *Jurnal Sistem Informasi*, 18(1), 1–12. <https://doi.org/10.21609/Jsi.V18i1.1063>

- Syafina Rambe, D. N., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No.2, 213–223. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V1i2.853>
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J. F. A Tumbuan, W. (2022). *SEJARAH PEMASARAN DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN* (J. B. Maramis, Ed.). CV. ISTANA AGENCY.
- Tirtayasa, S., Putri Lubis, A., & Khair, H. (2021). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen*. 5(1). <https://doi.org/10.33603/Jibm.V5i1.4929>
- Togelang, R., & Susila, I. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1).
- Wianti, W., Yuniarti, P., & Susanto, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Adira Dinamika Multi Finance Kantor Cabang Petojo Utara Jakarta*. 1(Vol. 1 No,2). <https://doi.org/10.31294/Jab.V1i2.665>
- Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). PENGARUH DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA KESILIR KABUPATEN JEMBER). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Akutansi*, 2(1). <https://doi.org/10.29407/Jpeaku.V2i1.17979>
- Zebua, A. T., Karolus Pasaribu, J. P., & Naibaho, R. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kuliner*. 4 No. 4. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i4.1372>
- Zulkifli, & Laili, B. (2021). PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SAKA CAFE SIGLI KABUPATEN PIDIE. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1). <https://doi.org/10.47647/Jeko.V1i1.327>