

DAFTAR PUSTAKA

- Africano Fernando. *Ekonometrika Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Palembang: CV. Amanah, 2022.
- Anam Komarul dan Karim, “*Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Pada Toko Rere Desa Sanggra Agung Kecamatan Socah, Kabupaten Bangkalan Tinjauan Fiqh Muamalah,*”, *Jurnal Kaffa* vol 3, No 2, (2024).
- Amin Desti Eka Ramadanti, dan Khusnul Fikriyah. “*Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim.*” *Jurnal Edunomika* 07, no. 01 (2023): 1–11.
- APJII. “*APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.*” Apjii.or.id, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Aptiliya Wahida Nurul *et.al.*, “*Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam*”, *jurnal Ekonomi Syariah* 7, No.2 (2024).
- Azzahra Sahira *et.al.*, “*Membangun Kepercayaan Bisnis : Analisi Pemasaran TikTok Live Dalam Kerangka Etika Bisnis Islam*”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 2, No.1 (2025).
- Baro'ah Dalilatul, “*Jual Beli Sistem Diskon Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6, No.1 (2024).

Ce Gunawan. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*.

Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.

Ceci Laura. "Countries With The Most TikTok Users 2024." Statista, n.d.

Chevalier Stephanie. "Number of Products Sold on TikTok Shops Worldwide 2023, by Category." Statista, 2024.

Damiati *et.al.* *Perilaku Konsumen*. Widina Media Utama. Edisi Pertama. Vol. 5. Bandung: Widina, 2021.

Dixon Stacy jo. "Countries with the Largest TikTok Audience as of July 2024." Statista, 2024. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

Ernawati Erni *et.al.*, "Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Abon Ayam Arofah", *jurnal Scientific of Mandalika (jsm)* 6, No.8 (2025).

Erwin *et.al.* *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 - Google Books*. Edisi Pertama. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Fauzi Ahmad *et.al.*, *Metodologi Penelitian*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022.

Fauziah Alvina *et.al.*, "Analisis Penerapan Pemikiran Ekonomi Al-Ghazali dalam Teori Konsumsi (Studi Kasus Impulsive Buying dalam Gaya Hidup Muslim di Era Digital), *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, No.2 (2025).

Handayani Putri dan Meitawati Tito, " *Pengaruh Voucher Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Diinjau Dari Perspektif Islam*", *Jurnal Kajian Ilmiah* 24. No 3 (2024).

Haque-fawzi Marissa Grace, *et.al.*, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.

Isra Ul Huda *et.al.*, "Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial." *Al-Kalam : Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen* 11, no. 1 (2024): 69.

Indrasari Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Edisi Pertama. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Indriastuti Herning Robiansyah. *Digital Marketing Konsep, Riset Empiris Dan Pengukuran*. Edisi Pertama. Samarinda: CV. Bakti Semesta Publisher, 2023.

Khadafi Muamar *et.al.*, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu.", *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 1, No.1 (2022).

Komalasari Dewi. *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press. Edisi Pertama. Sidoarjo: Umsida Press, 2021.

Kamaruddin Abdullah *et.al.*, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.

Kotler Philip *et.al.*, *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.

Lestari Wiwit *et.al.*, " *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Yogyakarta*", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 5, No.6 (2023)

Mahardini Swesti, *et.al.* " *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta*" 6, no. 1 (2023): 180–87.

Mahyunita Weni *et.al.*, " *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi TikTok Shop*", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisplin* 2, No.2 (2025).

Mardani Aji Dede, " *Agama dan Marketplace: Muslim Baru Sebagai Arus Utama Dalam Pertumbuhan Ekonomi Global*", *Jurnal EKonomi Syariah* 1, No.1 (2022).

Maslucha Lilik dan Nur Ajizah. " *Pengaruh Live Streaming Tiktok, Brand Minded, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scincare Scarlett (Study Pada Followers Tiktok Scarlett Di Indonesia)*." Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi 2, no. 4 (2023): 912–22.

Maulana Dugdug *et.al.*, " *Praktik Pemasaran TikTok Shop Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, No. 2 (2024).

Maulana Asri dan Hamid Halim. " *Pengaruh Harga Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Ardy mart Palembang*" 5, no. 2 (2024): 3974–80.

Mubarak Reza. *Pengantar Ekonometrika*, Edisi Pertama, Duta Media Publishing, 2021.

Mayang Eka Oktavia Nardiana dan Endah Budiarti. “*Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endoser, Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Situasi Setelah Penutupan TikTok)*.” *Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 3, no. 5 (2023): 71–80.

Netrawati, I Gusti Ayu Oka *et.al.*, “*The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions*.” *Sentralisasi* 11, no. 2 (2022): 159–68.

Paramita daniar *et.al.* *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Press Widyagama, 2021.

Pflughoeft Aspen. “*Shopping on TikTok: The App’s Upcoming Feature*.” *DeseretNews*, 2021.

Pradana Arya Rukma dan Vincent Didiek Wiet Aryanto. “*Pengaruh Live Streaming, Discount, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang)*.” *Economics and Digital Business Review* 5, no. 1 (2024): 329–80.

Pranadewi Anissa *et.al.*, “*Pengaruh Live Streaming, Harga Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok*.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 5, no. 1 (2024): 20–31.

Purnamawati Santi dan Yasa Suyanto, *Brand Image Dan Word Of Mouth Produk Fashion*. Edisi Pertama. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2022.

Purwanto Nuri *et.al.*, *Theory of Planned Behavior*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.

Putro Warsito *et.al.*, “Pengaruh kredibilitas dan kualitas pelayanan Host Live terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi TikTok pada Masyarakat Kecamatan Wringinamon Gresik”. *Jurnal Simki Economic* 7, No.2 (2024).

“Q.S Al-Baqarah/2:275,” n.d.

“Q.S Al-Hujurat/49:6,” n.d.

“Q.S Al-Isra’/17:35,” n.d.

“Q.S An-Nahl 16:125,” n.d.

Rahayu Sri, Nadia Afrilliana. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Palembang: CV. Penerbit Anugrah Jaya, 2021.

Rahmayanti Sri dan Rizky Dermawan. “Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Surabaya” 6, no. 1 (2023): 337–44.

Rigianda Syahrul Aar Wiradinata. “Pengaruh Harga Diskon, Penilaian Produk Dan Layanan COD terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada E-Commerce Shoope Di Sidoarjo).” *Jurnal Lentera Bisnis* 5, no. 2 (2024).

Rokhmat Fatwa Hana Maimunah. “*Pengaruh Live Streaming, Online Customer Reviews, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Buttonly Pada Platform TikTok*” 1192, no. 2023 (2024): 920–36.

Rahmad Solling Ahmid *et.al*, *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi Dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi: SONPEDIA, 2023.

Rosalina Linda *et.al*. *Buku Ajar FEBS Letters*. Vol. 185, 2023.

Saifuddin dan Eva Wildani Febrianti, “*Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital, Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT) 4, No. 2 (2025)*.”

Shubham Singh. “*How Many People Use TikTok (2024 Statistic)*.” Demandsage, 2024. <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>.

Sihabudin *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021.

“Siladas UIN Raden Fatah Palembang,” *August 11, 2024*.

Simarmata Hengki *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Edisi Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2019.

Syafrida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Edisi Pertama. Medan: KBM Indonesia, 2022.

Syarifuddin dan Al Saudi Ibnu. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022.

Syarifuddin *et.al.*, *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. Istana Agency. Yogyakarta: CV. Istana Agensi, 2022.

TikTok. “GoTo Dan TikTok Sepakati Kemitraan Strategis -Commerce Untuk Mendorong Kemajuan UMKM Indonesia.” Accessed August 21, 2024.
<https://newsroom.tiktok.com/in-id/goto-dan-tiktok-sepakati-kemitraan-strategis-e-commerce-untuk-mendorong-kemajuan-umkm-indonesia>.

Wahyuning, Sri. *Dasar-Dasar Statistik*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

Yuni Listia *et.al.*, “Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop.” *Jurnal Management* 8, no. 3 (2023): 387–400.

Zahriyah Aminatus dan Agung Parmono. *Ekonometrika*. Jawa Timur: Mandala Press, 2021.