

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, R., & Michael, K. (2022). Theoryhub Book. In *Theoryhub Book*.
- Albadri, A. A. M., & Asmanawati, A. (2013). Praktek Jual Beli Tebakan Tinjauan Hukum Ekonomi Islam. *Economic Policy*, 2116, 0–33.
- Aliyanti, F. E., & Moumtaza, F. Z. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim. *Ajie*, 07, 14–22. <https://doi.org/10.20885/Ajie.Vol7.Iss1.Art3>
- Ambawani, T., & Mukarromah, S. (2020). Praktik Jual Beli Online Dengan Sistem Pre-Order Pada Online Shop Dalam Tinjauan Hukum Islam. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.30595/Ajsi.V1i1.9115>
- Asyim, N., & Nasution, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Halal Terhadap Niat Pembelian Konsumen Muslim. In *Jurnal Ekonomi Syariah* (Pp. 9(2), 155–163.).
- Dewi, R., Maknun, M., Mutahli Aphar, R., Allaamah, D., Dwi Putra Ashar, D., & Studi Magister Manajemen, P. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3(3), 648–661.
- Dina, H. M. R., Fadillah, A., & Purnama, D. (2021). Implementasi Personal Selling Pada Wardah Kosmetik. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 51–60. <https://doi.org/10.37641/Jabkes.V1i1.785>
- Fera Valentina, Sutioningsih Sutioningsih, Agustin Diah Nurbaiti, & Prisella Putri Octaviyani. (2024). Strategi Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Reviews Untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 1(1), 101–109. <https://doi.org/10.61132/Proseminsimkb.V1i1.8>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdan, U., Azzulala, B. N., & Nasifah. (2022). Urgensi Spiritual Marketing Dan Marketing Syariah Dalam Dunia Bisnis. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 9(1), 27–37.

<https://doi.org/10.19105/Iqtishadia.V9i1.5483>

- Hanifah, Hibar, U., & Dian Samudra. (2023). Jual Beli Online Dengan Sistem Pre-Order Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(1), 72–82.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>
- Hendra Wijaya, Askar Patahuddin, Aqbar, K., & Wahyu Kurniawan Hasmudin. (2021). Hukum Jual Beli Online Dengan Sistem Pre Order Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Toko Online Nashrah Store). *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam*, 2(2), 251–270. <https://doi.org/10.36701/Bustanul.V2i2.379>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis* (Issue July).
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>
- Jabid, A. W., Runtunuwu, P. C. H., & Soamole, B. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fashion Online. *Sebatik*, 27(1), 30–36. <https://doi.org/10.46984/Sebatik.V27i1.2208>
- Ketaren, M. A., Girsang, K., Manurung, M., & Riauati, E. (2024). *Uji Validitas Dan Uji Daya Beda Soal Buatan Pilihan Ganda Dengan Tes Sumatif Siswa Kelas IV UPT SD Negeri 065013 Medan*. 1(11), 3278–3283.
- Kurniawan, R. A., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Surabaya: Studi Pada Pengguna Tahun 2022-2023. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 2367–2379. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V6i4.1319>
- Larasati, S. (2024). *Keputusan Pembelian Secara Implusif Di Era Digital: Analisis Live Streaming Sebagai Sarana Pemasaran* (Vol 4, No). IAIN Sultan Amai

- Gorontalo. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6528>
- Leonindhira, A. G., Zefanya, A. N., Tita, D. A., Adjisani, K. M., & Zuhri, S. (2024). Interaksi Lobi Dan Negosiasi Dalam Pemasaran Live Streaming Media Sosial Tiktok: Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @Pucelleid. *Journal Of Internet And Software Engineering*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i3.2579>
- Luciana Septiani Subekti. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kelontong Di Pasar Babatan Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9–14. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.615>
- Luthfi, R. (2024). Teori Islam Tentang Perilaku Konsumen Dan Endorsement. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 213–220. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i1.1344>
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., & Leliya. (2019). E – Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswamuslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. In E. Kurnaesih & M. Rana (Eds.), *IOP Conference Series: Materials Science And Engineering* (Cetakan Pe, Vol. 6115, Issue 1). CV. ELSI PRO. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1668658%0Ahttp://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/4169>
- Mutmainna, N., Hasbiah, S., Haeruddin, M. I. W., Musa, C. I., & Hasdiansa, I. W. (2024). (Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok). *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 255–268. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.394>
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(September 2021), 9–16.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (M. A. Susanto (Ed.); Cetakan Pe). Pradina Pustaka.
- Oktaviani, D., & Haliza, N. (2023). *Pengaruh Review Produk Dan Content Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z*. 6, 769–781.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.24853/Fbc.5.2.117-128>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (Edisi 3). Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) Dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/10.24002/Jik.V9i1.50>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/Simet.V8i2.1574>
- Purnomo, R. A. (2017). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Putri, R. A., & Siregar, F. (2023). Pengaruh Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Generasi Z Di Indonesia. In *Jurnal Komunikasi Digital* (Pp. 5(1), 44–52.).
- Rahayu, S. U., Sahrudin, S., & Ritonga, S. M. (2023). Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1171–1179. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V4i2.4841>
- Riadhus Sholihin, & Rauzatun Zannah. (2021). Analisis Perjanjian Pre-Order Pada Transaksi Jual Beli Online Dan Konsekuensi Hukumnya Bagi Para Pihak Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam. *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi*

- Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 94–107. <https://doi.org/10.22373/Al-Mudharabah.V3i2.2015>
- Sahir, S. H. (2022). *Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository UMA Pada Tanggal 27 Januari 2022* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.); Cetakan 1). Penerbit Kbm Indonesia.
- Sakdiyah Lifatin, Effendi Rochman, & Kustono Alwan Sri. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior (TPB) Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VI (1)(2355–4665), 121.
- Situmorang, T. E., & Purba, D. (2020). Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. *KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer)*, 02, 54–58. <https://doi.org/10.54367/Kakifikom.V1i2.638>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.55>
- Wang, X., Zhang, X., & Wang, J. (2022). Social Media Marketing And Consumer Trust: A Study Of Tiktok Engagement. In *Journal Of Interactive Marketing* (Pp. 58(1), 22–35.).
- Widi, A., & Puspitanintyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Widiyaningsih, N., & Nugroho, J. A. (2024). Pengaruh Live Streaming Terhadap Purchase Intention Pada Thrift Shop Dengan Consumers Attitudes Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 40–57. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.18.1.40-57>
- Wisanti, W., Zubaidah, S., & Lestari, S. R. (2020). Pengembangan Instrumen Kuesioner Untuk Mengakses Respons Mahasiswa Tentang Monografi Sistematika Tumbuhan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Biologi*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.26740/Jipb.V1n2.P1-13>
- Yolanda, F. (2018). Konsultasi Syariah: Hukum Menjual Barang Pre-Order. In

Syariah Ekonomi. PT Republika Media Mandiri.
<https://Ekonomi.Republika.Co.Id/Berita/Pcpl6r370/Konsultasi-Syariah-Hukum-Menjual-Barang-Preorder>

Yudithio, A. N., Gunawan, J., & Nareswari, N. (2023). Perancangan Content Marketing Untuk Sosialisasi Program Studi Baru : Studi Kasus Magister Sains Manajemen ITS. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 11(5).
<https://doi.org/10.12962/J23373520.V11i5.89432>

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). *Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Bagi Pelaku Usaha Di Era Covid-19*. 2(2), 89–96.

Zaki, M. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/Manova.V1i2.350>