

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Sari, "Pengaruh *Live streaming* Shopping di TikTok dan Kepercayaan Konsumen *Online* terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 12, no. 3, pp. 45-58, Mar. 2025.
- [2] A. Wardhatul Fitrah, E. M. Safitri, and R. Rahmawati, "Evaluasi Faktor Penerimaan *Live streaming* di Platform E-commerce TikTok Shop Menggunakan TAM 3," *bit-Tech*, vol. 7, no. 3, pp. 945-955, Apr. 2025.
- [3] A. Yulius, A. Aprillia, "Pengaruh *Live streaming* terhadap Pembelian Impulsif pada Platform TikTok," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, vol. 4, no. 4, pp. 809-821, 2023.
- [4] K. F. Desti Eka Ramadanti Amin, "Pengaruh *Live streaming* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, vol. 7, no. 1, pp. 1-15, Jan. 2023.
- [5] M. M. Amin and E. Taufiqurahman, "Pengaruh *Live streaming* Shopping dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Aplikasi TikTok Shop Tahun 2023," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 2024, no. 6, pp. 648-659, 2024.
- [6] Y. Riana Damanik and J. Alfred Sarades Silalahi, "Pengaruh *Live streaming* dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 112-125, 2025.
- [7] I. Febriah et al., "Pengaruh Live Video Streaming TikTok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian," *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 89-102, 2023.
- [8] M. H. Rhotama, R. Iskandar, and E. Fathussyaadah, "Pengaruh *Live streaming* dan Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop," *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, vol. 2, no. 1, pp. 15-29, Jan. 2026.

- [9] K. Minan, "Analisis Pendekatan Metode TAM pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce," *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol. 3, no. 2, pp. 181-187, Nov. 2021.
- [10] D. C. Thonak, A. H. J. Fanggida, Y. F. Riwu, and R. P. C. Fanggida, "Peran Belanja Hedonis, *Live streaming*, dan Diskon dalam Mendorong Pembelian Impulsif di TikTok Shop," *eCo-Buss*, vol. 8, no. 1, pp. 234–249, Aug. 2025.
- [11] T. Elizabeth and T. Tinaliah, "Analisis Sistem Pembelajaran *Online XYZ* Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*," *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 11, no. 1, p. 15, Jun. 2021.
- [12] N. Namora, W. L. Army, S. Anita, and A. Nugroho, "Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam Penggunaan Aplikasi E-Commerce," *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, vol. 5, no. 01, pp. 85–95, Feb. 2025.
- [13] I. C. Utomo, S. K. Nisaa, and M. Al Farisi, "Analisis *Technology Acceptance Modelling (TAM)* pada Aplikasi 'MySkripsi' di Kalangan Mahasiswa Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Jurnal Ilmiah SINUS*, vol. 22, no. 2, p. 67, Aug. 2024.
- [14] R. Andriani and S. Wahyuni, "Identifikasi Persepsi Mahasiswa dan Hambatan dalam Perkuliahan Daring Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, vol. 6, no. 3, pp. 397–404, Nov. 2021.
- [15] A. Safitri, "Pengaruh *Live streaming* Marketing terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Sriwijaya," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol. 5, no. 1, pp. 23-35, 2024.
- [16] Y. V. Yuarti et al., "Pengaruh *Live streaming* TikTok Shop terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Beli Konsumen," *Prosiding Seminar Nasional*, vol. 1, no. 1, pp. 45-58, 2023.

- [17] D. Setyorini, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Beli Pelanggan pada Platform *E-commerce* di Kota Medan," *Jurnal Penelitian Inovatif*, vol. 4, no. 1, pp. 73–78, Feb. 2024.
- [18] M. Karina and N. E. Sari, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* TikTok Shop," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, vol. 6, no. 2, pp. 101–116, Nov. 2023.
- [19] A. Razak, S. Maulidaini, A. Mustofa, N. Suraiya, and I. Anggraini, "Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada *Live streaming* Aplikasi TikTok Shop," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 55-68, 2024.
- [20] Y. Yuliana, F. Simanjuntak, and J. Pratama, "Analisis Minat Belanja Mahasiswa Universitas Internasional Batam Selama *Live streaming* dengan Pendekatan Model *Technology Acceptance Model*," *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, vol. 5, no. 2, pp. 675–687, Apr. 2025.
- [21] L. Dewi, A. S. Kharisma, and A. N. Asy'ari, "Evaluasi Tingkat Penerimaan E-Learning pada Mahasiswa Bidang Keilmuan Sosial dan Teknik dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, vol. 8, no. 1, pp. 30-45, 2020.
- [22] R. R. Saputra and A. P. Utomo, "Analisis M-Banking pada Bank BCA Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, vol. 7, no. 5, pp. 112-125, 2024.
- [23] Herlina and F. R. Wilujeng, "Memahami Perilaku Konsumen dalam E-Commerce *Live Streaming*: Perspektif Model Penerimaan Teknologi (*TAM*)," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 10, no. 2, pp. 78-92, 2025.

- [24] Y. M. Geasela, H. Hartono, M. Sesilia, H. Winarto, and H. Pratiwi, "Analisis Penerimaan Aplikasi Asset Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, vol. 5, no. 2, pp. 45-60, Aug. 2022.
- [25] Prof. Dr. Sugiyono, "METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D," Bandung, 2013.
- [26] A. Fajriyah, D. Ekowati, L. Kholisoh, W. Nawarcono, and E. Isfaatun, "Pengaruh Live Streaming, *Online* Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian TikTok Shop dengan E-Trust sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa di Yogyakarta)," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 7, no. 1, pp. 88-102, 2025.