

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Kurniawan, T., & Komala Sari, D. (2024). Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Indonesia: Peran Live Streaming, Pemasaran Viral, dan Dukungan Selebriti. *Frontiers in Research Journal*, 1(1), 24–38.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179–211.
- Alam, A. F., & Fitriyah, Z. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian pada Media Sosial Tiktok (Studi pada Konsumen KAHF Face Wash di Surabaya). *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(12), 13503. <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Alfiyah, S. N., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3, 970–985. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.2136>
- Amalina, F. N., Apriliani, M. P., Putri, T. N., Masruroh, U., & Anwar, R. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju “Klambiku.Kids” di Kota Madiun. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 75–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1046>
- Anisa, Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143.
- APJII. (2024, February 7). *Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia*.
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 163–173. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution, Ed.). PT Inovasi Pratama Internasional, 22 Mar 2022.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Ariska Reosunaung, D., L. H. V. J. Lopian, S., & Serulo Rommy Loindong, S. (2024). ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING DAN CONSUMER REVIEWS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAKAIAN THRIFT WANITA TOKO

CIA CLOTHINGS DI FACEBOOK GROUP RUMAH LIVE ONLINE MANADO (RLOM). *Jurnal EMBA*, 12(3), 140–152.

Aryasa, F. M., & Roosdhani, M. R. (2024). PENGARUH PRICE DISCOUNT, CONTENT MARKETING, DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK @AINAFASHION.ID. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 69–80.

Atala Cindy Fatya, Destifa Umari Ramadhanti, & Rayhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>

Augusty, F. (2006). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>

B, M. J. W. & S. W. (2021). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember). . *Jurnal Pendidikan Ekonomi?: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 110–114.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Dairina, L., & F Sanjaya, V. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi pada produk sepatu merek Converse). *AT-TAWASSUTH:Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118–134.

David Pratama, N., & Suryandani, W. (2023). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Onik Kopi Store di Rembang Kota. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 233–241.

Devi Pakan, E., & Purwanto, S. (2022). PENGARUH BEAUTY INFLUENCER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FACIAL WASH GARNIER DI SURABAYA. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772.

- Fanza Shofaun Nafsi, & Yanda Bara Kusuma. (2023). Penerapan Digital Marketing pada E-commerce dan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk PT Behaestex. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 156–166. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.369>
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). *COVID-19: PENGARUH LIVE STREAMING VIDEO PROMOTION DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BUYING PURCHASING* (Vol. 4, Issue 1).
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Kenan Hijab on Tiktok Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6320–6334. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica> Website: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Ghozali, & Imam. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4,0 untuk Penelitian Empiris* (4th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bhakti Makassar, W. (2022). *Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food... Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan*.
- Huda, N. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–3. <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Irfanudin, T. ', Ekowati, D., Susilawati, R., & Sukmarani, W. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, DESAIN PRODUK, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3(1), 2962–2050.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>

- Kamila Putri, A., & Aghniarahma Junia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Annisa Aghniarahma Junia INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). *Branding in B2B firms*. Handbook of business-to-business marketing.
- Khairunnisa Luthan, A., & Xenia Asmoro P, Z. (2021). FENOMENOLOGI APLIKASI TIKTOK BAGI USAHA ONLINE MARICA FARMS. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 8(2), 131–143.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *JURNAL MANEKSI*, 13(1), 233–241.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *JURNAL MANAJEMEN*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Maulidya Nurivananda, S., & 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*, 4(4), 3664–3671. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Meiliana Rahmah, R., & Supriyono. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth And Brand Image on Purchase Decision of Sariayu Face Mask Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2352–2359. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mintje, M. J. (2024). *Dampak Media Sosial terhadap Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia Dalam Business Plan*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25252.49287>
- Mutmainna, N., Hasbiah, S., Ilham Wardhana Haeruddin, M., Imran Musa, C., & Wulansari Hasdiansa, I. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA PLATFORM TIKTOK. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(2), 225.
- Netrawati, I. G. A. O., Nuada, I. W., & Syakbani, B. (2022). 59 I The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *SENTRALISASI*, 11(2), 159–168.

- Novianto, O., Teguh Santoso, H., Dewi, R., Karnain, B., Sugiharto, S., & Daengs, A. G. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi Prodi Manajemen Universitas 45 Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 40–62.
- Novita, D., & Yuliani, N. (2022). Tiktok Ads, Digital Marketing Baru Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Value Merek Dagang (Studi kasus : Ramadan 2020). *Jurnal IKRAITH-INFORMATIKA*, 6(1).
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Pramana, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian tumbler tupperware. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 268–279.
- Rafif Effendi, Z., Sentosa, E., & Nursina. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok*.
- Rahadi, D. R. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)* (Wijonarko, Ed.; 1st ed.). CV. LENTERA ILMU MADANI.
- Rahma, A., Sudarmiati, Hermawan, A., Setyawati, A., & Maula, F. I. (2022). CAN CELEBRITY ENDORSE IMPROVE THE PURCHASE DECISION OF “CLOTHING” MSME PRODUCTS THROUGH BRAND IMAGE? *LITERACY: International Scientific Journals Of Social, Education and Humaniora*, 1(3), 48–64. <http://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/LITERACY>
- Rahmayanti, 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*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Riyanto, A. D. (2024, February). *Hootsuite (We are Social) : Data Digital Indonesia 2024*.
- Rizky Fathoni, M., & Raja Unggul Saragih, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian di McDonald'S. *Jurnal MIMBAR ADMINISTRASI*, 21(1), 209–228. <https://doi.org/10.56444/mia.v21i1.1525>

- Rizqi Cahya Putri, F., & Artanti, Y. (2022). PEMBELIAN IMPULSIF PADA MARKETPLACE: PENGARUH PERSONALITY, PRICE DISCOUNT DAN MEDIA SOSIAL. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 509–522. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.59>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Rumondang, A., Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Sitorus, S., Simarmata, J., Manuhutu, M., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.
- S, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen (Studi Pada Konsumen Produk Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen)*.
- Santoso, A., & Hartini, H. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELI DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 5(2). <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.639>
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA “SCOOPY” DI KOTA TANGERANG. *PROSIDING BIEMA: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 1070–1079. www.otomotif.kompas.com
- Siregar, F. V. A., Hadian, A., Hidayat, T., Gami, E. R. P., & Rahmat, M. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Regulator Gas. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 902. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4571>
- Siti Lamilatul Rofiah, A. Tarmizi, & Mohammad Orinaldi. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 163–183. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1025>
- Sudarsono, H. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN* (N. Ilminingrum, Ed.; 1st ed.). Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2006). *Book Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta, cv.

- Sugiyono, M. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. (3 , CET, 3). ALFABETA,CV.
- Suhyar, S. V., & Astuti Pratminingsih, S. (2023). The Influence of Live Streaming and Trust on Impulsive Buying in The Purchase Of Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintificid 2 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1427–1438. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Susilowati, G., Ruaini, W., Riana, D., & Kholifah, O. (2025). Pengaruh live streaming dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow. *BUNDLING: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(2), 2836–4801.
- Tritama, A., & Syarief, N. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PULL&BEAR DI GRAND INDONESIA, JAKARTA. *KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 447–463.
- V. W., S. dan L. R. , U. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Vindy Zalfa, K., & Indayani, L. (2024). Analysis Of Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) And Affiliate MarkeAng On Purchasing Decision For Fashion Trend Productsi At The Shopee Marketplace (Case Study Of Shopee Users) Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Affiliate MarkeAng Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Wahyu Nugroho, M., & Mulyadi Nugraha, D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI SARANA PENGUATAN IDENTITAS NASIONAL DI ERA PANDEMI. In *AoEJ: Academy of Education Journal* (Vol. 12).
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). *Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa*.

Winarni, S. (2021). PENGARUH IKLAN INSTAGRAM DAN TIKTOK TERHADAP EKSISTENSI PELANGGAN KULINER DI MASA PANDEMI COVID-19 DI YOGYAKARTA. *Prima Ekonomi*, 12(2).

Winarso, W., & Safitri, M. (2022). The Effect of Influencer and Brand Image on Increasing Purchase Interest in Shopee Consumers. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*, 4, 480.

Zainurossalamia, S. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Strategi*.