

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Alyssa, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto*. *Matua*, 3(1), 13–24.
- Amin, M. M., & Taufiqurahman, E. (2024). *Pengaruh Live streaming Shopping Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop Tahun 2023*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 648–659. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok*. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 209–220..
- Armstrong. (2024). 2020. *In Early Greek Mythography*, Vol. 1: Texts. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Asiva Noor Rachmayani. (2020). *Pengaruh Kelengkapan Informasi, Akurasi Informasi, Kepercayaan Streamer, Dan Streamer Attractiveness Terhadap Perceived Persuasiveness Yang Dialami Penonton Shopee Live*. Title. 6.
- Ayatusifa. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Yogyakarta)*. *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara*, 21(1), 1–9.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). *Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2020). *Building Marketing Strategy Consumer Behavior*.
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). *Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis*. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>
- Hidayah, I. A., & Yulianto, A. E. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Pakaian Jassy (ITC Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(11), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5003/5016>
- Hulu, Y. J. (2023). *Pengaruh Live streaming Shopping Dan Harga Terhadap Penjualan Barang ThrifShop Di Kota Batam*. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(1). <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm>
- Insani, S. M., Zahra, S. A., & Wijayanti, F. (2023). *Gaya Kepemimpinan Kepala Kua Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Koto Tangah Kota Padang*. *Jurnal Socia Logica*, 3(1), 1–7. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/JurnalSociaLogica/article/view/385>
- Jacob, D. R. (2024). *Live streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare*. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(2), 276–284. <https://doi.org/10.35870/jtik.v8i2.1613>
- Juliana, H. (2021). *Analisis Kualitas Layanan Video Live streaming pada Jaringan Lokal Universitas Telkom*. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 12(3), 207. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2014.120304>
- 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>
- Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 1, 1(2), 11–40.
- Kristia. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Kurniawan. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di PT. Borwita Citra Prima Maumere)*. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 37–49. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1812>

- Kurniawati, L., Untari, D., & Raspati, M. I. (2022). *Psikologi Pemasaran Di Era Komunikasi Digital*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh, 5(1), 99–120. <https://doi.org/10.29103/jimfh.v5i3.10442>
- Limbongan, M. E., & Panggeso, G. (2021). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT), 1(1), 37–50. <https://doi.org/10.47178/jesit.v1i1.1089>
- Listiani, A. E., & Arifin, S. (2023). *Pengaruh Online Customer Review, Content Marketing Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia (Studi Empiris Pada Generasi Z di Kecamatan Bangsri)*. 126–137. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v1i2i2.9524>
- Manap, A. (2019). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Medika
- Normilawati. (2024). *Pengaruh Live Shopping Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis STIA Amuntai)*. Inovatif Jurnal Administrasi Niaga, 6(1). <https://doi.org/10.36658/ijan.6.1.368>.
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). *Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor*. Jurnal Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), 69–77.
- Piyoh, D. D. (2024). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Edunomika, 8(1), 1.
- Purbasari, D. M., & Respati, M. R. (2024). *Electronic Word Of Mouth Saat Penjualan Live streaming Shopee Dalam Meningkatkan Impulse Buying*. Jurnal Maneksi, 13(1), 22–34. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2105>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. In Media Sains Indonesia (Issue March).
- Putri. (2024). *Manajemen E-commerce (Issue December 2023)*.
- Racmad et, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. In Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemenpemasaran>
- Ramadanti, D. E. (2023). *Pengaruh Live streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim*. Jurnal Edunomika, 07(01), 1–11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>

- Ricky, & Yudani, H. D. (2022). *Analisa Penggunaan Live streaming Dalam Audio Visual Project Video Wedding*. Jurnal DKV Adiwarna, 1, 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12281%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/12281/10767>
- Ricky. (2020). *Effectiveness Of Stage House Marketing Strategies Via Facebook Social Media CV*. Brief In Mokobang Village , Modinding District , South Minahasa Jurnal EMBA Vol . 12 No . 4 Oktober 2024 , Hal . 99-108. 12(4), 99–108.
- Robot, R. S., Soegoto, A. S., Poluan, J. G., Robot, R. S., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2024). *Bekas Di Stray Store Manado The Influence Of Live streaming And Lifestyle On Interest In Buying Used* Jurnal EMBA Vol . 12 , No . 4 Oktober 2024 , Hal . 324-334. 12(4), 324–334.
- Rohima, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pulpen Parker Pada PT. Sahabat Utama Traco di Marketplace Shopee Official Store*. Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen), 3(2), 333. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.30826>
- Sari, D. P. (2020). *Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(September), 497–506. [https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7.BAB II_201884KOM.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7.BAB%20II_201884KOM.pdf)
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*. Jurnal Mirai Management, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Sigit. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Majalah Bisnis & IPTEK, 15(2), 144–155. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i2.269>
- Sugiyono. (2020:98). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarwan, U., Pt, P., & Indonesia, G. (2020). *342727475-Ujang Sumarwan Perilaku Konsumen-Teori-dan-Penerapannya-dalam-Pemasaran-pdf*. 1–2.
- Supriyanto, A. (2023). *Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana*. BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship, 1(1). <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.

- Tumiwan, A. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Jumbo Swalayan* di Manado.
- Utami, B. (2023:117). *Manajemen E-commerce*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Wulandari, R. (2024). *Referensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Segar Secara Online Di Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat*. In Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu.