

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, S., & Suhardi, S. (2024). *The Influence of Brand Image, Quality Product, and Brand Trust on Consumer Purchase Decisions for Camille Beauty Products in Batam City. March*.  
<https://doi.org/10.51742/akuntansi.v5i1.1203>
- Anindita, T. (2023). *Riset Populix: Shopee Live Jadi Fitur Live Streaming Terpopuler untuk Belanja Online*. INews.Id.  
<https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-populix-shopee-live-jadi-fitur-live-streaming-terpopuler-untuk-belanja-online>
- Ayu, M. (2021). *Nyesel Baru Tahu, Ini 3 Brand Makeup Lokal dengan Harga Murah Meriah yang Gak Akan Bikin Kantong Bolong*. Grid.ID.  
<https://www.grid.id/read/042818559/nyesel-baru-tahu-ini-3-brand-makeup-lokal-dengan-harga-murah-meriah-yang-gak-akan-bikin-kantong-bolong?page=all>
- DamayantiAnindita, G. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142.  
<https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6963>
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *Ug Jurnal*, 16(4), 46–52.
- Dwijantoro, Dwi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784.  
<https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Gamal, T. (2023). *Perilaku Konsumen: Pengertian, Jenis, Model, Faktor, dsb*. Serupa.Id. <https://serupa.id/perilaku-konsumen-pengertian-jenis-model-faktor-dsb/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>
- Iryanti, E., & Wigunastika, T. (2024). Effectiveness of Shopee Live Streaming at Night on Purchasing Decisions (Case Study of CV Avero Indonesia). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7573>
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p380-391>
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Meiliana, L. (2023). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Harga, Dan Influencer Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Madame Gie. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- Nisaputra, R. (2023). *Live Streaming Jadi Daya Tarik Masyarakat Dalam Peta Persaingan E-Commerce di 2023*. Infobank.News. [https://infobanknews-com.cdn.ampproject.org/v/s/infobanknews.com/live-streaming-jadi-daya-tarik-masyarakat-dalam-peta-persaingan-e-commerce-di-2023/amp/?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%251%24s&aoh=17112670265703&referrer=htt](https://infobanknews-com.cdn.ampproject.org/v/s/infobanknews.com/live-streaming-jadi-daya-tarik-masyarakat-dalam-peta-persaingan-e-commerce-di-2023/amp/?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17112670265703&referrer=htt)
- Nurul, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)* (Issue 2).
- Radha, P., & Aithal, P. S. (2024). An Exploratory Analysis of Variables Shaping Consumer Decision-Making in the Purchase of Kitchen Appliances Within Shopping Mall Environments. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences*, March, 148–168. <https://doi.org/10.47992/ijmts.2581.6012.0337>

- Rauf, M. adly S. H. (2018). *Pengaruh Deskripsi Pekerjaan, Motivasi, dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada PT Tjhindatama Muia)*.
- Salsabila, S., & Pradana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di E-Commerce Shopee. *Agustus*, 10(4), 2424–2433. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/195823/pengaruh-brand-image-dan-electronic-word-of-mouth-e-wom-terhadap-keputusan-pembelian-produk-skincare-somethinc-di-e-commerce-shopee.html>
- Saputra, F. B. (2023). *ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SISTEM PEMBAYARAN COD (CASH ON DELIVERY) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KECAMATAN PARE*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Syafrida, S. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Venni Saniyatul Mubarakah. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMP Purwokerto). *Skripsi*, 84.
- Via, A. W. A. (2023). *PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE NYINYIR NGANUK* (Issue Juli). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E-commerce: A Study of Live Streaming Commerce. *Computer Supported Cooperative Work: CSCW: An International Journal*, 31(4), 701–729. <https://doi.org/10.1007/s10606-022-09439-2>
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Yanti F, Andari Titiek, K. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Madam Gie. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 401–407.

<https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>

Zhou, R., & Tong, L. (2022). A Study on the Influencing Factors of Consumers' Purchase Intention During Livestreaming e-Commerce: The Mediating Effect of Emotion. *Frontiers in Psychology*, 13(May), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.903023>