DAFTAR PUSTAKA

Aifa Nadia Rohmah. (2025). *PENGARUH LIVE STREAMING TIKTOK, POTONGAN HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSEMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE* (Studi Kasus Pada Produk Skintific di Lamongan). *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, *2*(7), 410–429. https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i7.664

Alam, M. A. A. & S. N. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Ali, S., Bisnis, I. A., & Lampung, U. (2022). *MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN BISNIS GROSIR PADA MASA PANDEMI COVID-19*. *5*.

Ambarita, L. F., & Wasino, W. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. eCo-Buss*, *7*(2), 992–1009. https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600

Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). *Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya)*. *Edunomika*, *07*(01), 1–11.

Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.

Amirullah. (2021). *Prinsip - Prinsip MANAJEMEN PEMASARAN*. Indomedia Pustaka.

Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). *Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, *1*(2), 131–143. https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230

arwa. (2022). *2567-Article Text-5444-1-10-20230731*. *3*(1), 6–13.

Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe Analysis of the Influence of Consumer Behavior in Online Purchase Decision Making in Brebes Regency Community on E-Commerce. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *16(2)*(2), 10–18. http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis■page1

CHAFFEY, D., & ELLIS-CHADWICK, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (Sixth Edit). Pearson Education Limited.

City, S. (2024). *Pesatnya Pertumbuhan Akses Internet di Indonesia*. gunung kidul. https://smartcity.gunungkidulkab.go.id/2024/08/14/pesatnya-pertumbuhan-

akses-internet-di-indonesia/

DAUD, I. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.

Dewi, S. F., & Sari, T. N. (2023). *Pengaruh Brand Image, CelebrityEndorsement, Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian KonsumenProduk Kecantikan Wardah. Jurnal Widya*, *4*(2), 351–365.

Dina Febriyani TriUtami, M. A. A. (2024). *Pengaruh Fitur Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tiktok Shop*.*1*(2),51–58. https://journal.stiemifdasubang.ac.id/index.php/jmp/article/view/37/35

Effendi, U. (2015). *Asas Manajemen*. Rajawali Pers.

Erlina Puspitaloka Mahadewi, Zenitha Maulida, A. W., Arnastya I. Sanantagraha, Gede Nyoman Wiratanaya, Arizal Hamizar, A. Y., Aminuddin Hamdat, Riris Ambarwati, A. S., & Dipa Teruna Awaludin, Yulianto Hadiprawiro, K. (2024). *Marketing Manajemen Di Era 4.0* (A. Masruroh (ed.)). https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/568288-marketing-manajemen-di-era-40-34d2cc27.pdf

Exel Meyfrand Fransisco Tampi, Hendra N. Tawas, J. G. P. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan produk pada PT. Suluh Jay Abadi*. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, *11*(3), 126–130.

Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: *Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *4*(1), 1–9. https://doi.org/10.31850/economos.v4i1.775

Fera Valentina, Sutianingsih Sutianingsih, 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/prosemnasimkb.v1i1.8

Hidayah Ida, A. T. N. D. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan*. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* , *19*(1), 76–82.

Istianah, S. M. &. (2023). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P di Era 5 . 0 Berbasis Maqā ṣ id Syarīah*. *6*(1), 69–76. https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.14690

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar pemasaran* (Erlangga (ed.); Jilid 1, E).

Kotler, A. (2018). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat.* In *Multi Pustaka Utama*.

Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Pearson Education,inc.

Mahadewi, E. P., Umiyati, H., Nazif, M., Yuhanda, G. P., & Sahi, A. (n.d.). *Strategi Pemasaran Digital Di Era Milenial*.

Mahfudi, Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, *12*(2), 333–344.

Murtalingtyas, W., Wijayantini, B., & Sobri, T. (2023). *Strategi Pemasaran Terpadu BUMDes Menyongsong Era Society 5 . 0*. *09*(02), 316–326.

Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. *Jurnal Ilmiah MEA*, *5*(3), 2021.

Noor, R. Z. Z. (2024). *Buku Ajar Pemasaran Digital*.

Nur Rahman, H., Paramita, N., Hannum, R., & Sumatera Utara, U. (2022). http://melatijournal.com/index.php/Metta *Pengaruh Perangkat Lunak E-Commercce Terhadap Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*. *Metta Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, *1*(1), 7–012. http://melatijournal.com/index.php/Metta

Pangestu. (2022). *TEORI MANAJEMEN*. IKAPI. https://doi.org/https://repository.umj.ac.id/13428/1/pdf%20lengkap%20%281%29.pdf

Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Sukarno Pressindo.

Patma, T. S. (2019). *Pengantar Manajemen* (edisi pert). Polinema Press.

Rakhmah, K., Yakob, F., & Juniati, R. K. (2024). *Strategi Live Streaming dalam Mendorong Gerakan Bangga Buatan Indonesia. Jurnal KINESIK*, *11*(1), 86–96.

Ramadhani Nainggolan, N., Tri Dewi Simatupang, L., & Sari Tarigan, J. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan. Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741*, *9*(1), 7–12.

Riduwan. (2018). *Metode dan teknik menyusun tesis*. Alfabeta.

Riswandi. (2019). *Transaksi Online (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. FH UII Press.

Rukmana, A. Y., Putu, L., Ayu, R., & Aprilia, M. (n.d.). *Pemasaran Digital*.

Sabila, A. K., & Lazuardy, I. T. (2024). *Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk 5*(1), 57–71.

Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Porum Pemuda Aswaja.

Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan.* Prenadamedia group.

Sholikhah, F., Arum, K., & Ekawati, E. (2024). *Pengaruh Fitur Live streaming dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Aplikasi E-commerce Shopee di Kabupaten Tangerang. Ebbank*, *14*(2), 77–88.

Silitonga, S., & Nasution, W. F. (2024). *Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. *1*(6), 347–353.

Siti Rochamah Indah. (2021). *Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat. Neliti.Com*, 70. https://www.neliti.com/publications/497462/pengaruh-live-streaming-brand-awareness-desain-web-dan-brand-image-terhadap-kepu

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (cetakan ke 3).

Sugiyono. (2020). *Metodo penelitian bisnis*. Alfabeta.

Sujarwerni. (2023). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian*.

Sundari, S., Lestari, H. D., Manajemen, P. S., Wijayakusuma, U., Banyumas, K., Manajemen, P. S., Wijayakusuma, U., & Banyumas, K. (2022). *Pemasaran digital dalam kewirausahaan*. *1*(1), 94–99.

Syifa, E., & Amrullah, Y. A. (2022). *Peran Inovasi Dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Bisnis Cendera Mata Lokal Umkm Di Kota Banjarbaru. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *Vol.1*, *No.*(6), 1035–1052. http://bajangjournal.com/index.php/JEMBA

Ubaidillah, W., & Suyono, S. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Competence : Journal of Management Studies*, *17*(1), 40–53. https://doi.org/10.21107/kompetensi.v17i1.19644

Ummasyroh, Firdaus, y., & Andriyani, T. (2020). *Penerapan marketing 4.0 dan pengaruhnya terhadap keberhasilan kegiatan promosi pemasaran politeknik negeri sriwijaya*. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3865195

Volume, J. E. (2025). *Jurnal EKSEKUTIF Volume 22 No. 2 Juli 2025*. *22*(2), 62–82.

Wijoyo, A., Mega, S. W., Ambarwati, D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Kadiri, U. I. (2023). *Issn : 3025-9495 1. 1*(9), 1–11.

Yuddin, Z., & Musfikar, R. (2020). *Analisis Efektifitas Video Live Streaming Sebagai Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada SMK Negeri 2 Lhokseumawe Analysis Of Video Effectiveness Live Streaming As A*

Multimedia Based Learning On SMK Negeri 2 Lhokseumawe Journal of Informatics and Computer. *journal of Informatics and Computer Science*, *6*(1), 33–37.

Zed, E. Z., Indriani, S., Wati, S. F., & Bangsa, U. P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce*. *4*.

Zulaicha, S., Irawati, R., Administrasi, P., Terapan, B., & Batam, P. N. (n.d.). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery*.