

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.instagram.com/globescnd?igsh=ZDhqcXVnemJoYmk0>

- Adi Ahdiat. (2024, October 23). *Aplikasi Live Commerce Yang Digunakan Konsumen Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Adi Ahdiat. (2025, February 28). *Fashion, Kategori Produk E-Commerce Terlaris Global 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Adriana S. Lahus, Ardy F. Lamatokan, Herybertus S. Meot, Simon Sia Niha, & Watu, E. G. C. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *ORGANIZE: Journal Of Economics, Management And Finance*, 2(2), 107–118. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i2.21>
- Alvionita, H. (2022). *PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA BLUD RSUD INDRASARI RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU*.
- Andrian, Putra Wahyu, I. C., Jumawan, & Fadhli Nursal, M. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Anisa, Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2).
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94. <https://doi.org/10.22373/jp.v4i2.11080>
- Annur Mutia Cindy. (2024). *10-Aplikasi-Media-Sosial-Yang-Paling-Banyak-Dipakai-Pengguna-Internet_-Di-Indonesia-(Januari-2024)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Aripin, D. K., & Pradana, W. D. (2024). Pengaruh Live Streaming Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Pengguna Tiktok Shop Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Of Management And Social Sciences*, 3(3), 200–212. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i3.1452>
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). *Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online*.
- Asiyah. (2021). *PENGARUH PENILAIAN PRODUK DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN PONOROGO*.
- Bailey, N. A. (2023). *ANALISIS BIAYA TRANSPORTASI DALAM PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG PADA J&T EXPRESS DP R. H. FISABILILLAH TANJUNGPINANG*.
- Barus Silvina Clara, & Silalahi Donalson. (2021). *PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSMED CAFE ABDULLAH LUBIS MEDAN*. 21.

- BS, S., N, A., & Handayani, R. (2017). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Analisis Pengaruh Content Market*, 6(1), 51–66.
- Charisa Dian. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE EFABRIC*.
- Djaali, & Muljono, P. (2020). *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Grasindo.
- Edyansyah, J. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2338–2864 Pp.47–55), 1–9.
- Faikar Hakim, F., & Eka Lestiani, M. (2022). *ANALISIS BIAYA PENGIRIMAN PRODUK ESKRIM PADA PT INDOLAKTO BANDUNG DENGAN METODE LEAST COST DAN MODI (MODIFIED DISTRIBUTION)*.
- 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. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Fatkhur Rizal, M., Hidayati, N., & Dian Evasari, A. (2024). *PENGARUH DISKON, BIAYA ONGKOS KIRIM DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE* (Studi Pada Mahasiswa Uniska Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020). <https://doi.org/10.8734/Mnmae.V1i2.359>
- Febriani, E. P. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 290–303. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.10076889>
- Gamar, P. K., Hilman, M., & Ningrat, N. K. (2024). *INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) MAKANAN DI KABUPATEN CIAMIS MENGGUNAKAN SMARTPLS 3.0*.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat (Edisi Ke-10)*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haerozi. (2021). *PERAN KOMUNIKASI DALAM DIFUSI INOVASI USAHA BARANG BEKAS DI DESA PENGADANG*.
- Haryono, S. (2016). *METODE SEM UNTUK PENELITIAN MANAJEMEN AMOS LISREL PLS* (H. Mintardja, Ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Junaidi. (2018). *APLIKASI AMOS DAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)* (H. Sari, Ed.). UPT Unhas Press.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). *PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Kurnia Sari, C. V. (2022). *Pengaruh Brand Image, Customer Value, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee Di Masa Pandemi Covid-19)*.

- Mahruz Ali Hs, M., Sunaryo, H., & Khoirul Anwarodin Brotosuharto, M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Dettol Hand Sanitizer*. Wwww.Fe.Unisma.Ac.Id
- Maulina, D. R., Hardati, R. N., & Krisdianto, D. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE*.
- Mukhlisin. (2020). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompetensi, Dan Kompensasi Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Kinerja Personil Humas Di Lingkungan Unnes*. 223.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smart PLS* (D. A. Putri, Ed.). Pascal Books.
- Naiim, J. A. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, LABEL HALAL, DAN COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK SAFI*.
- Niagara, A., & Sari Yogi, O. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE*.
- Oktavia Selsa, S., & Istiono. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SKINTIFIC (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*.
- Padila Anggun. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Pada Thrif Shop (Pakaian Bekas Branded) Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Product Quality Sebagai Variabel Intervening Dalam Persepektif Bisnis Syariah*.
- Pertiwi Nanda Anggi, Wulandari Anna, & Mardiyana. (2024). *PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECONDHAND Di KOTA JAKARTA PUSAT*. In *Prosiding SEMANIS : Seminar Nasional Manajemen Bisnis* (Vol. 2).
- Pramudhita, F., Salsabila, N., & Anggraeni, A. F. (2024). *PENGARUH EMPLOYEE ENGAGEMENT DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT.XYZ. Neraca Manajemen, Ekonomi,* 7. <https://doi.org/10.8734/Mnmae.V1i2.359>
- Pranadewi, A., Hildayanti, S. K., & Emilda. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Harga Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok* (Vol. 5, Issue 1).
- Prayoga, A., & Priowidodo, A. (2024). *Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Dan Akurasi Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masyarakat Pengguna Jasa Pengiriman JNE Express Di Kecamatan Neglasari*.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Radittya, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). *Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen*. 1(4). <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i4>
- Putri, S. H. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW*.
- Putri Yani Br Sinaga, R., Yuliana Hutapea, J., Kol Masturi No, J., Rahayu, C., Parongpong, K., Bandung Barat, K., & Barat, J. (2022). *ANALISIS PENGARUH*

BRAND IMAGE, HARGA, DAN REVIEW PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE WARDAH PADA MAHASISWA UNAI.

- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN FASHION LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BRANDED PRELOVED DI THRIFTSHOP ONLINE INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Konsumen @Rilyshop Di Kota Surabaya)*. Wwww.Digimind.Id
- Ramadhan, A. T., & Hilwa, W. (2024). *Pengaruh Live Streaming Dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tiktok Shop Di Kota Depok)*. 1(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.62108/Great.V1i1.683>
- Ramadhan, I. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JAMBI*.
- Riana Fatmaningrum, S., Fadhillah, M., & Susanto. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1).
- Rifqy Nurarifin, M., Fadhli, K., Bisari Aprilia, N., & Zainul Muhyiddin. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas KH. A Wahab Hasbullah Jombang*.
- Rosita, N. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TONG TJI TEMATIK DI SUPERMARKET BORMA DAGO DAN BORMA CIKUTRA*.
- Sabarkhah, D. R. (2018). *PENGUKURAN TINGKAT PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI UANG ELEKTRONIK DI TANGERANG SELATAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2*.
- Safira, D. N. (2019). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH DI WILAYAH SURABAYA BARAT*.
- Sahfitri, D. (2024). *Pengaruh Online Customer Review, Gratis Ongkos Kirim Dan Cash On Delivery Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru*.
- Samara, A., Wijaya, A., Susanti, M., & Buddhi Dharma, U. (2021). Effect Firm Growth, Firm Size, Debt Policy On Profitability Case Study On Telecommunication Subsector Listed On BEI. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4). <https://doi.org/10.36312/Jisip.V5i4.2415/Http>
- Saputra, G. G., & Fadhillah. (2022). *Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/Ekuitas.V4i2.2353>
- Saputra Ginanjar Galih, & Fadhillah. (2022). *Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/Ekuitas.V4i2.2353>
- Setiawan, M. A., Ubaidillah, H., Firdaus, V., & Kusuma, K. A. (2024). *Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Indonesia: Studi Tentang Determinan Dan Implikasinya*. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 1(2), 21. <https://doi.org/10.47134/Jpem.V1i2.266>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan Dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/Jman.V12i1.978>

- Sodiq, F., Maharani, W., Nisa, I. M., Putra Binar Satria, E. R., & Faizah Rayinda. (2020). *Uji Validitas Dan Reliabil University Stress Scale*.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/Jp.V5i1.1303>
- Song, C. ;, & Liu, Y.-L. (2021). *The Effect Of Live-Streaming Shopping On The Consumer's Perceived Risk And Purchase Intention In China*. <https://hdl.handle.net/10419/238054>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.).
- Sukmaningrum, W. (2022). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN BANDENG DURI LUNAK KHARISMA SEMARANG)*.
- Sukmawati, B. F. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BABE BOKU DI BONDOWOSO*.
- Sulistiani, R., Musa Imran, C., & Haeruddin Wardhana, I. M. (2024). *ANALISIS RISIKO DAN TANTANGAN YANG DIHADAPI PARTISIPAN DALAM LIVE STREAMING TIKTOK DENGAN PENDEKATAN TEORI STIMULUS ORGANISM-RESPON (S-O-R)*.
- Syaidah, R. F., & Ramadhika, A. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Rabbani Mall Online Bandung*.
- Tousalwa, C., & Pattipeilohy, V. R. (2017). Jurnal Nusamba Vol. 2 No. 1 2017. *Jurnal Nusamba*, 2(1), 21–28.
- Viddy, A. (2024). *Smartpls Untuk Vokasi*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wicaksana, A. H., & Nuryanto, I. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Influencer Marketing Dan Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Kota Semarang*. 2(7), 69–78. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i7.1823>
- Widodo, R. (2022). *PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM, FLASH SALE DAN CASH ON DELIVERY, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ONLINE SHOPEE PADA MASYARAKAT KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU*.
- Wiwik. (2023). *PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP LABA USAHA PADA PT. GLOBAL BINTANG MANDIRI (PCP EXPRESS) CABANG TANJUNGPINANG*.
- Yertas, M., & Allo, E. A. (2023). Analisis Biaya Pengiriman Pada Peningkatan Volume Pengiriman Barang. In *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)* (Vol. 6, Issue 2).
- Yusnita, R., Nasution Lestari, I. A., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Online Marketing Dan Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Pisang Pasir Memey. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 371–387. <https://doi.org/10.61132/Lokawati.V1i6.373>
- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (R. A. Kusumajaya, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.

