

DAFTAR PUSTAKA

- Bunga Syafira Nugraha Sukmawati, C. I. S. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *EProceedings of Management*, 8(4), 3354–3363.
- Christiani, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Kasus Sman 95 Jakarta Barat). *Jurnal Penelitian Manajemen*. Retrieved from <https://jurnal.utpas.ac.id/index.php/jpema/article/view/90%0Ahttps://jurnal.utpas.ac.id/index.php/jpema/article/download/90/73>
- Diarya, A. F. G., & Raida, V. (2023). Pengaruh Live Streaming Tiktok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey Di Surabaya Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 125–133.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra'*, 2(1), 86–100.
- 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>
- Farush Shiddiq, J., Suhud, U., & Monoarfa, T. A. (2024). Faktor-faktor yang Berperan dalam Meningkatkan Niat Beli Konsumen Produk Thrift Melalui TikTok Live Stream. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2). Retrieved from <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2415>
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6320–6334. Retrieved from <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. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>
- Irfansyah, A., Romanda, C., & Asoka, R. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah*, 6(2), 236. <https://doi.org/10.51877/jiar.v6i2.288>
- Islami, C. D., & Santo, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Solusi*, 22(2), 215. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i2.9027>
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13), 38–51. Retrieved from www.indotelko.com
- LAMDIK, 2023. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Universitas Asia Timur*, 4(1), 88–100.
- Lestari, S. R. I. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat. *Neliti.Com*, 70.
- Muftihaturrahmah, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian YOTTA Di Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Munandar, M., & Chadafi, M. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 1–8.
- Pratiwi, A. E., & Djawoto. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan

kepercayaan terhadap keputusan pembelian susu zee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(3), 1–15.

Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

Purnomo, Y. J. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.23>

Putu, I., & Krisna, D. (2024). Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Green Cafe 15 A Kota Metro). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 32–44. Retrieved from <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i2.1836>

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>

Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. nur. (2023). Pengaruh kualitas produk, terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. *Solusi*, 21(3), 672.

Shafa, P. ., & Hariyanto, J. (2020). The Influence Of Prices, Product Reviews, And Payment Methods On Purchase Decisions In Online Shopping Through The Shopee Application (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17.

Sukawati, J. &. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Aplikasi penyedia jasa transportasi berbasis online mengalami persaingan yang sangat ketat demi mendapatkan keuntungan yang besar terjadi di Kota Denpasar . Beroperasi tiga aplikasi penyed. *Unud, E-Jurnal Manajemen*, 7(11), 5955–5982.

Wibowo, F. T., & Wijiastuti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 766–775.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.467>