

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku

- Adil, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik Get Press Indonesia* (Issue September). CV TAHTA MEDIA GROUP. https://www.researchgate.net/profile/Moh-Rohman-3/publication/377329440_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_DAN_KUALITATIF_TEORI_DAN_PRAKTIK_GET_PRESS_INDONESIA/links/65a0309740ce1c5902d51bc9/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-DAN-KUALITATIF-TEORI-DAN-PRAKTIK-GET-PR
- Ahmaddien, I. (2020). Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Konsumen. In *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF* (Vol. 7, Issue 1). <https://doi.org/10.37477/bip.v7i1.269>
- Edwin Zusrony. (2021). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Nashrullah, M., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Saepudin, Welly, R. (2024). *PERILAKU ORGANISASI* (M. Dewi (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN). <https://ciptapublishing.id/perilaku-organisasi/>

II. Jurnal

- Abdelazim, O., & Hilal, A. (2024). *Model Mediasi dan Moderasi Hubungan antara Promosi Live Streaming dan Perilaku Pembelian Impulsif Online Model Mediasi dan Moderasi Hubungan antara Promosi Live Streaming dan Perilaku Pembelian Impulsif Online Abstrak* : 5, 869–912.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abigail, M. F. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG*.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Amalina, V., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2), 386–400. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut Akun @skintific_id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 13–26. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10077520>.
- Anizan, A. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DRIVER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PESAN ANTAR MAKANAN SHOPEEFOOD*. 1–123.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Awaliyah, S. P. (2025). *Penggunaan gaya bahasa iklan skincare pada aplikasi tiktok*

terhadap keputusan pembelian dan relevansinya dalam pembelajaran teks iklan kelas viii fase d. 1–79.

Azalia, D., & Amin, M. (2023). Analisis Penerapan Live Streaming Shopee dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan di PT Erju Dermatologi Indonesia. *Management, and Industry (JEMI)*, 6(2), 117–132.

<https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2435>

Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61–71. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>

Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 77. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.393>

Faizza, T. D. (2024). Pengaruh kualitas informasi. *Journal Communication*, 6(2), 1–87. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/41/33>

Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt.Perkebunan Nusantara VIII. *AKURAT | Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 43–54.

Fita Nur Hanifah, & Ravindra Safitra Hidayat. (2024). Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 138–147. <https://doi.org/10.69714/6cbehw20>

Gea Aprilyada, Muhammad Akbar Zidan, Nurlia, Risna Adypon Ainunisa, & Widi Winarti. (2023). Peran Kajian Pustaka Dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 165–173.

Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1), 49–53.
<https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5430>
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1011>
- Junaris, imam & Haryanti, nik. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. July, 1–153.
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). Analisa 7P Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Pada perumahan Grand Sutawangimajalengka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(1), 13–20.
<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Lestari, H., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Inovasi Produk, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Dua Coffee. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 1043–1052.
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.5566>

- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Lopes Amaral, M. A., & Wutun, M. B. M. G. (2022). Penggunaan Teori Biaya Transaksi Dalam Perilaku Pembelian Online. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(1), 30–41. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.36605>
- Lubis, Z. A., Musahidah, U., & Sa'adah, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Shopee Live Menggunakan Theory of Planned Behavior. *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 236–251. <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.755>
- Lutfi, A., & Firmansyah. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Umkm Berdasarkan Orientasi Kewirausahaan, Pengetahuan Pemasaran Dan Keadaan Lingkungan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 18(II), 86–102. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i2.13977>
- Moha, N. A., Mokodompit, W. S., Anu, Z. S., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Analisis Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Dan Bank Konvensional Periode 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli, 2023(14), 553–562. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8180371>
- Muhammad Abdul Kohar Septyadi, M. S., & Siti Nujiyatillah. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Mulyani, S. R. (2021). Metodologi Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama). <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe>
https://www.researchgate.net/publication/305320484_SIST

EM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Natadirja, M. (2018). Analisis Pengaruh Interactivity Dan Sincerity Pada Social Mediaaccount Musisi Terhadap Sense Of Closeness Dan Reciprocity Antara Musisi Dengan Fans dan Implikasinya Terhadap Legal Purchase Intent Telaah Pada Social Media Account Instagram @Duadrum. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 49–61. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v9i2.720>
- Nurmaya Adianti, S., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>
- Olisa, V. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ayam Broiler di Pasar Syariah Ulul Albab Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Perpustakaan Universitas Islam Riau*, 1–123.
- Pendidikan, M., Anak, I., Dini, U., & Ilmu, F. (2022). Dara Gebrina Rezieka , Fidyah Ismiulya kehidupan dan perkembangan anak . Stimulus perlu diberikan sedini rangka memberikan bimbingan terhadap. *Jurnal Pendidikan Anak: Bunayya*, Vol 8, No(: Vol 8, No 1 (2022) : Januari 2022), 54–70. <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/99751647885990667>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Prasetyo, A., Salahuddin, S., & Amirullah, A. (2021). Prediksi Produksi Kelapa Sawit Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Infomedia*, 6(2), 76. <https://doi.org/10.30811/jim.v6i2.2343>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- 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>
- Ramadaey Bangsa, J., Indah Isnawati, S., Fauzi, I., Siswati, A., & Aziz, A. (2024). Implications of the Influence of Digital Marketing in Increasing MSME Product Sales. *Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 34–42. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Ramadhayanti, A. (2023). Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan. *Manajemen Dewantara*, 7(1), 117–128. <https://doi.org/10.30738/md.v7i1.14333>
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Salsabila, C. N., Abadi, S., & Syahputra, A. F. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan CV Avocadron di Wilayah DKI Jakarta pada Platform Media Sosial dan E-commerce. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 13(1), 84–93. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v13i1.799>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/8509>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.

- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Siti Novia Ramdani, R. Deni Muhammad Danial, R. N. (2024). Pengaruh Kemampuan Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha. *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 24(7), 28–42. <https://doi.org/https://zenodo.org/records/14591105>
- Sitompul, P. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat-Obatan Di Apotik Nasional Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(2), 75–84. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i2.2705>
- Song, Chuling & Liu, Y. (2021). *Dampak belanja streaming langsung terhadap persepsi risiko dan niat pembelian konsumen di Tiongkok* Machine Translated by Google *Dampak belanja streaming langsung terhadap konsumen persepsi risiko dan niat pembelian di Tiongkok*. 1–15.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/238054/1/Song-Liu.pdf>
- Suryawan, I. N., & Salsabilla, A. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 137. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.137-146.2022>
- Suwarso, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Takdir, M., Rasyid, H. R. E., Madaling, & Arifin, F. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Focusky Di Pendidikan Agama Islam Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah Rappang. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 21–30.
- Wailan, R. R., Kojo, C., & Taroreh, R. N. (2021). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Esta Group Jaya Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 287–296.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian

Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102.

<https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>

Yogi Nurfauzi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, M. Y. (2023). Literature Review: Analysis of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality and Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023.

<https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>

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

