

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–311. <https://doi.org/10.38035/jmpis.V3i1>
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 9(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- 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>
- Ali, H., Rivai Zainal, V., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination Of Purchase Decisions And Customer Satisfaction: Analysis Of Brand Image And Service Quality (Review Literature Of Marketing Management). *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.V3i1>
- Ali, Mm., Hariyati, T., & Yudestia Pratiwi, M. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. In *Education Journal.2022* (Vol. 2, Issue 2).
- Amara, S. H. D., & Zamzamy, A. (2023). Motivasi Konsumen Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Tiktok Live Video Shopping. *Dawatuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, 3(2), 901–914. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.V4i2.3650>
- Andrian, Misbahul Anwar, & Muhammad Syarif Hidayatullah Elmas. (2023). The Impact Of Service Quality, Price, And Brand Image On Consumer Loyalty At Yamaha Motor Workshops In Bekasi. *Indonesian Journal Of Business Analytics*, 3(3), 769–784. <https://doi.org/10.55927/ijba.V3i3.4400>
- Apriandi, D. W., Agustin, N., & Sugandi, A. (2022). The Effect Of Halal Certification And Price Perception On Purchasing Decisions (Survey Of Ms Glow Skincare Consumers In Subang Regency). *Islamic Economic, Accounting And Management Journal (Tsarwatica)*, 3(1), 20–47. www.bps.go.id

- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(2), 1275–1282.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Sumbawa. *Journal Of Finance And Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.V1i3.1183>
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.V4i1.1878>
- Danang Maulana, A. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Layanan Tambahan Penerbangan (Ancillary Service) Pada Maskapai Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 360–368. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.V15i2.783>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2). <https://doi.org/10.35134/ekobistek.V10i21.114>
- Elvi Susanti, & Suhroji Adha. (2023). The Effect Of Tik Tok Live Streaming In Increasing Consumer Trust And Purchasing Decisions. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, 2(12), 3293–3306. <https://doi.org/10.55927/fjas.V2i12.7214>
- Febriah, I., Febriyantoro, M. T., Trio, M., Program, F., Manajemen, S., Pembangunan, U., Jaya, J. & Selatan, T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023a). 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>
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023b). 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>

- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.773>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Ekombis Review*, 9(2), 183–192. <https://doi.org/10.37676/Ekombis.V9i2.1329>
- Fraya, V., & Nst, H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 25–30.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)* (M. T. Multazam, Ed.; 1st Ed.). Umsida Press.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V19i1.3001>
- Hidayatullah, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok. *E-Jrm : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 268–277. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20483>
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). The Correlation Between Knowledge And Attitude Toward The Behavior Of Choosing Facial Skincare Through Social Media In One Of University In Karawang-West Java' Students. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2). <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>
- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-Kalam : Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.31602/Al-Kalam.V11i1.3453>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1). <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/Asy-Syarikah>
- Hutapea, N., & Ghozali, I. (2022). Pengaruh Rotasi Rekan Kerja Auditor, Spesialisasi Industri Auditor Dan Family Ownership Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1810–1827.

- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone Di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i4.919>
- Intan, R., Komariah Hildayanti, S., & Bahrul Ulum, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pelanggan Warung Sop Bang Rio Cabang Demang Lebar Daun-Palembang). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1). <https://doi.org/10.47467/Jebma.V4n1.3628>
- Jannata, A., & Tura, T. B. (2024). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Upk (Unit Pelaksana Kebersihan) Badan Air Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan. *Musyteri : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(5).
- Kawilarang, C. G., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). Analysis Of The Effect Of Celebrity Endorsement, Beauty Vlogger And Brand Image On Purchase Decisions On Somethinc Local Skincare Products. *Loindong 770 Jurnal Emba*, 10, 770–779.
- Kinasih, M. P., Endah, N., & Wuryandari, R. (2023). *Pengaruh Price Discount, Product Knowledge, Dan Time Pressure Terhadap Impulse Buying Pada Fitur Shopee Live*. 2(5). <https://doi.org/10.56127/Jukim.V2i05>
- Kolinug, M., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *101 Jurnal Emba*, 10(3), 101–111. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Lalang, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (A. Munandar, Ed.; 1st Ed., Vol. 1). Cv. Media Sains Indonesia.
- Lasut, E. J., Sendow, G. M., & Taroreh, R. N. (2019). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Di Aston Hotel Manado Influence Of Transformational And Transactional Leadership To Organizational Citizenship Behavior (Ocb) At Aston Hotel Manado*. 7(2), 2491–2500.
- Lintin, I. Y. (2024). *Data Penjualan Fmcg: Kompas.Co.Id Ungkap Market Fmcg Di E-Commerce Mencapai Rp57,6 Triliun Sepanjang 2023*.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4). <https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i4>

- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. (2021). Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Marini, S., & Tisnadjaya, J. (2020). Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur Check In Di Kantor Depan Hotel De Paviljoen Bandung. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(2), 212–225. <https://doi.org/10.37339/Jurnal>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i3.3543>
- Maulana Ibrahim, D., & Basari, A. (2020). *Pengaruh Penerapan Manajemen Konflik Terhadap Displin Kerja Karyawan (Suatu Studi Pada Toko Gunasalma Kawali)*.
- Maulidya Nurivananda, S., & Fitriyah, Z. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/Josr.V1i7.134>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online Dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2022). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/Mutawazin.V2i1.113>
- Mulyani, S. R. (2021). *Metodologi Penelitian* (U. Taufik, A. Jejen, & V. Silvira, Eds.; 1st Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/337809-Metodologi-Penelitian-34df25d8.pdf>

- Mutiara Harahap, Y., & Lubis, S. I. (2021). Pengaruh Blended Learning Berbasis Aplikasi Renderforest Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Pemahaman Pada Siswa Mas Yaspi Labuhan Deli. *Jurnal Education And Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 9(4). <https://www.renderforest.com/templates>
- Nadhira, D., & Alananto Iskandar, D. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Es Teh Indonesia Di Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4).
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Citra Merek Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pvn Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2414–2428. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Nurijayanti, A., Sukamdiani, M. G., & Dian Noor Citra, P. (2023). Pengaruh Review Produk, Konten Marketing Dan Persepsi Harga Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Camille Beauty By Nadya Shavira. *Jurnal Wirausaha Dan Ilmu Ekonomi (Wiranomika)*, 2(1), 01–17. <https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/>
- Nyoko, A. E. L., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *Journal Of Management (Sme's)*, 14(1), 63–76.
- Oktaviano, D., Permatasari, B., & Fernando, Y. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza Di Provinsi Lampung). *Smart: Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology*, 2(1), 46–54. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Oktavianti, A. R., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). *Pengaruh Streamer Product Knowledge Dan Streamer Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Live Shopping* (Vol. 7, Issue 3). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(1), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01>
- Pranantha, K. A. S., & Subawa, N. S. (2019). Lifestyle Marketing, Brand Personality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty Dan Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4).

- Pratama, A. R., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kristal Pluto Mineral Di Kota Palopo. *Jesya : Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 1702–1715. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i2.1166>
- Putri, O. H. (2023). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok (Live Shopping) Terhadap Niat Pembelian: Studi Pada Generasi Z* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/Id/Eprint/29778>
- Putri Yani Br Sinaga, R., & Yuliana Hutapea, J. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa Unai. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 3(8), 13–25.
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227–232. <http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen>
- Ramadhani Putri Diah Jaya, A., Anom Maruta, I., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Untag*. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4055>
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Ch Lintong, D. A. (2022). The Analysis Of The Effect Of Product Quality, Price Perception And Brand Ambassador Towards Consumer Purchase Decision In Product Of Ms Glow Skincare In Tomohon City. *284 Jurnal Emba*, 10(3), 284–294.
- Regina Mamesah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Lucky Inn Manado. *E-Journal Unsrat*, 46–52. <https://ejournal.unsrat.ac.id/V3/Index.Php/Productivity/Article/View/27448>
- Retno Prabayanti, H. (2024). *Pengaruh Live Streaming Shopping Oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Survei Pada Shopper Live Streaming @Louissescarlettfamily) Tira Mada*. 8, 87–97.
- Sahir, S. H. (2021). *Metedologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; 1st Ed.). Kbm Indonesia.
- Sanaky, M. M., Saleh, M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1).
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (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>
- Sarah, Y., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 33–47. <https://doi.org/10.37932/J.E.V10i1.30>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3).
- Sepfiani Nora, A., & Yeltas Putra, Y. (2019). Hubungan Brand Image Dengan Loyalitas Konsumen Pengguna Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent. *Jurnal Riset Psikologi*, 3(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/Jrp.V2019i3.6189>
- Sugeng Cahyono, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/Publiciana.V9i1.79>
- Sunarsi, D. (2020). Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1).
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2021). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Performa*, 5(3), 176–184. <https://doi.org/10.37715/Jp.V5i3.1756>
- Suwarso, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuran Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*.
- Suwastari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Di Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1). <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1405>
- Syaputra, A., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2024). *Pengaruh Video Live Streaming Shopping Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko London Fashion Padangsidempuran)*. 7(1).
- Tukidi, Adhani, I., & Maulida Antika, R. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming Dan Diskon Harga Di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Di Jakarta