

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. ., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Adhitya, F. (2022). Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Hijab Rabbani Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v10i2.928>
- Aditya Wardhana, Z. I. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Penelitian Kuantitatif. In *CV.Eureka Media Aksara* (Issue Juni). <https://exsight.id/blog/2022/04/18/uji-validitas-realibilitas-di-kuisioner/>
- Aulianur, F. F. A., & Purwanegara, M. S. (2024). The Analysis of Factors Driving Consumer Engagement and Purchase Intention in E-Commerce Live Streaming. ... *Journal of ...*, 3(1), 281–294. <https://journal.institutemandalika.com/index.php/mjbms/article/view/141%0Ahttps://journal.institutemandalika.com/index.php/mjbms/article/download/141/135>
- Badi, R. (2025). *Pengaruh Live Streaming , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Produk*. April. <https://doi.org/10.37303/a.v27i1.611>
- Batubara, M., & Phannata, A. (2025). *The Influence Of Live Streaming , Content Marketing , And Reviews On Purchasing Decisions At Tiktok Shop In Medan (Case Study Of Users In 2022-2023) Year 2022- Pengaruh Live Streaming , Content Marketing , Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ti*. 6(2), 1471–1485.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Chen, Y., Lu, F., & Zheng, S. (2020). A Study on the Influence of E-Commerce Live Streaming on Consumer Repurchase Intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 48. <https://doi.org/10.5539/ijms.v12n4p48>
- Dewi, S. (2022). Ulasan Konsumen Online sebagai Sumber Informasi yang Kredibel. *Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 45–48.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). *The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok*. 4(5), 6320–6334.
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64.

- <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. *Springer International Publishing*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Ismiyadi, A., Fanani, A. F., Handayani, S., Novelia, D., & Astutik, W. (2022). Pengaruh Tagline Dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 87–101. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1084>
- Juniawaty, R., Suyahya, I., Herwati, K., & Juriah, S. (2023). Peran Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Focus*, 4(2), 81–88. <https://doi.org/10.37010/fcs.v4i2.1221>
- Liu, L. (2022). *Factors Affecting Consumers' Purchasing Behaviours in Live Streaming E-Commerce: A Review*. 508–515. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-036-7_75
- Lubis, F. F. (n.d.). *Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Impulsive Buying Pada Produk Skincare (Penelitian Kasus Pada Penggunaan Platform Tiktok Shop)*. 5(3), 767–788.
- Lukitaningsih, A., Tria, L., Hutami, H., Yuni, G., & Jesi, K. (2024). *Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di E- Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 2106–2123.
- markethac.id. (2024). *Pengaruh Promosi Tasya Farasya terhadap Penjualan Somethinc Tasya Farasya membuktikan pengaruhnya sebagai KOL utama Somethinc dengan kontribusi tinggi terhadap penjualan pelembap wajah*. 2 Desember 2024. <https://www.instagram.com/markethac.id/p/DDEfcpFBYwc/>
- Mawardi, Fanani D, Supriono S, M. R. (2022). Strategi Pemasaran UMKM : Membangun brand awareness umkm kuliner melalui digital marketing. *Deepublish*.
- Mckinsey. (2023). *What is e-commerce ? June*.
- Mediasiana. (2023). *Pengertian Live Streaming dan Manfaatnya di Era Digital*.
- Mokoagouw, A. J. H., Maryam Mangantar, & Debry Ch. A. Lintong. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Jasa Grab (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 290–300. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46276>
- Muharam, H., Fitriyani, S., Marthalia, L., & Simanjuntak, V. C. (2025). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang*. 2(3), 192–199.
- Pahlevi, M. R., Husain, A., & Gani, A. A. (2024). *Consumer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMI) Abstrak Pendahuluan*. 7(4), 288–299.
- Patel, N. (2024). *What is Digital Marketing?*
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh brand awareness , brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *JEBM: Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420.

- Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Edunomika*, 8(1), 2023.
- Rahma, D. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). In *Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5, Issue 3)*.
- Ramadhani, A. H. S. (2023). *The Influence of Online Reviews on Consumer Purchase Decisions*.
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Pada Marketplaceshopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>
- Rasool Lakhani, G., Ullah, M., Channa, A., Abbas, M., & Azizullah Khan, M. (2021). Factors Effecting Consumer Purchase Intention: Live Streaming Commerce. *Psychology and Education*, 58(5), 26. www.psychologyandeducation.net
- RevoU. (2025). *Live streaming: Pengertian dan cara kerjanya*. RevoU Digital Dictionary.
- Rosaindah, E. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Puskesmas Karangsambung*. 1–14.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- 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>
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*, 10(1), 36–50. <https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 72–83. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.62101>
- Tjiptono, F. dan A. D. (n.d.). *Pemasaran*.
- Trochim, W. M. (2022). *Qualitative Validity*.
- Utami, D. T., Hastuti, I., & Akhmad, K. A. (2023). Pengaruh Online Consumer Review Dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi*,

- Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3018–3032.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4912>
- Wahyuningrum, M. S. (2023). Pengaruh Pengaruh Online Consumer Reviews dan Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 359–373.
- Wardana, M. A. (2024). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue June).
- Wimala Wimardana, Joyo Nur Suryanto Gono, L. R. R. (2022). *Hubungan Terpaan Iklan Layanan Transportasi Online Dan Online Consumer Review Dengan Minat Menggunakan Layanan Transportasi Online*. 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu_rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari

