

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Avaryl, R., & Kusumawati, N. (2023, November). Factors Affecting *Skincare Purchase Intention During E-commerce tLive streaming*. In *International Conference on Sustainable Collaboration in Business, Technology, Information, and Innovation (SCBTII 2023)* (pp. 47-71). Atlantis Press.
- Furianto, D. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Live streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee* (Doctoral dissertation, UniversitasBuddhiDharma).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2016. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS, 23*.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 3(2), 314-328.
- Kotler, P., Keller, KL, Ang, SH, Tan, CT, & Leong, SM (2018). *Manajemen pemasaran: perspektif Asia* . London: Pearson.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Ningsih, S., & Handayani, T. (2017). Rancangan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Kerupuk Multisari. *Jurnal Daya Saing*, 3(2), 199-206.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skintific di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740-2755.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- Rosniati, R., Heriyadi, H., Afifah, N., Pebrianti, W., & Setiawan, H. (2023). The influence of *Live streaming shopping, online customer reviews, and affiliate Marketing* on impulse buying trough customer trust in *e-commerce Shopee*. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(3), 460-472.
- Satriadi, W., Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. Nursaidah.(2021). *Manajemen pemasaran*.

- Sholikhah, M. A. (2020). Pengaruh Harga, Desain Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan:(Studi kasus pada Firdaus Mansion Jombang). *Margin Eco*, 4(1), 58-72.
- Sudarsono, B., & Rahman, M. T. (2020). Dampak Coronavirus Diseases (Covid 19) Terhadap Perilaku Konsumen Penggemar Kopi Giras di Jawa Timur. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 15-24.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh *Live streaming* Dan Trust Terhadap Impulsive Buying Dalam Pembelian Produk *Skincare Skintific*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1427-1438.
- Tahir, M. (2023). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(2), 378-385.
- Tua, G. V. M., & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140-154.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku *online shopping*: perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How *Live streaming* changes shopping decisions in *E-commerce*: A study of *Live streaming* commerce. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 31(4), 701-729.
- Wibowo, A. (2015). Pengantar Pemasaran Bisnis Digital. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-48.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.