

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, N., Rijal, S., Mustari, Dinar, M., & Hasan, M. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Price Discount terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Business and Accounting Education Journal*, 2(3), 260-267. doi: 10.15294/baej.v2i3.55830
- Anggraeni, T. C., & Kojra, D. A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare MS Glow. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 116-129.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Fitrotin, R. R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus di Trandmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1492-1500.
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-WOM, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 9(2), 289-307.
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*

Krisnadwipayana, 8(2), 10-20.
doi:<http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>

- Netrawati, I. A., Nuada, I. W., & Syakbani, B. (2022). The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions . *SENTRALISASI*, 11(2), 159-168. doi:<https://doi.org/10.33506/sl.v11i2.1623>
- Nst, V. F. (2023). Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Dengan di Mediasi Cita Merek dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350-372.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta di Shopee. *ALBAMA: Jurnal Bisnis Administrasi dan Manajemen*, 15(2), 22-40.
doi:10.56606/albama.v15i2.74
- Oktavia, S. W. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Shopee.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, D. M., & Herdian, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(6), 2723-2730. Diambil kembali dari <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Puspitasari, L., Herawati, A., & Listyawati, L. (2023). Pengaruh Iklan dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 267-280. Fonte: <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sab/article/view/7277>
- Qur'an, N. H., Satriawan, & Sari, P. R. (2023, Agustus). Analisis Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Kredibel : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 25-39.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-commerce "Shopee". *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
doi:10.30587/jre.v6i2.5956
- 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. doi:10.37531/sejaman.v6i1.2451

- Sadikin,, A., Misra , I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. (M. Dr. Sardimi, Penyunt.) Yogyakarta: K-Media.
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2022, November). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452. doi:10.47065/ekuitas.v4i2.2353
- Song, C., & Liu, Y. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. 1-20. Diambil kembali dari <http://hdl.handle.net/10419/238054>
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, F. &, & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andy Offset.
- Wong , D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-commerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155-168.