

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (1993). Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Agussalim Manguluang. (2015). Statistik Lanjutan, Ekasakti Press, Padang.
- Nur Afifa Agustin. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 137–152.
- Ahmadi, A. S., Budiarto, W., & Indrawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PAL Indonesia (Persero) Surabaya Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 1(2), 112–124.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. 6(2), 1275-1282.
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 5, Issue 3).
- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 5(2).
- Arviani, Y. T. (2024). Pengaruh Shopee Live, Brand Ambassador K-Pop EXO, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Di E-Commerce Shopee Studi Kasus Pada Konsumen Scarlett Kota Semarang. 2(2), 315–325.
- Cahyono, E. T., & Syahril, M.(2023). Pengaruh Iklan dan Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Shopee. *Gema Ekonomi*, 12(2), 558–569.
- Cai, J., & Wohn, D. Y. (2019). Live Streaming Commerce: Uses And Gratifications Approach To Understanding Consumers' Motivations. 52nd Hawaii International Conference On System Sciences, (Pp. 2548-2557).
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303.
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230.

- Databoks.katadata.co.id. (2023). Alasan Konsumen Indonesia Belanja Online di TikTok Shop. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/harga-relatif-murah-dan-banyak-diskon-alasan-utama-konsumen-indonesia-belanja-online-di-tiktok>. 7 Februari 2024 (21.39)
- Databoks.katadata.co.id. (2023). Media Sosial yang Banyak Digunakan Responden untuk Belanja. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/ini-media-sosial-yang-banyak-dipakai-konsumen-indonesia-untuk-belanja>. 7 Februari 2024 (20.11)
- Databoks.katadata.co.id. (2023). Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktokdi-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>. 13 Februari 2024 (09.19)
- Databoks.katadata.co.id. (2024). Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan TikTok Shop di Indonesia (Februari 2024). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/19/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>. 25 Mei 2024 (14.47)
- Databoks.katadata.co.id. (2024). TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>. 3 April 2024 (08.19)
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur “Shopee” Live. 16(April), 46–52.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1): 1-9.
- Fatih Imantoro, S. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(2).
- Febriani, E. P., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Live Streaming Marketing Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 290–303.
- Febyane, K., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 151–156.
- Fira, F. (2022). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Minat Beli Produk Viva Cosmetics (Studi Pada Mahasiswi Administrasi Bisnis 2017, Fisip Universitas Pasundan Bandung). *Marketing Jurnal*, I.

- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats.id (2023). 10 Media Sosial dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/10-media-sosial-dengan-waktu-pemakaian-terlama-2023-U9VQ8>. 7 Februari 2024 (09.51)
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7): Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hendri & Herlina Budiono. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Ewom Terhadap Purchase Intention Pada Produk H&M Pada Masa Pandemi Covid-19. *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3, 371–379.
- Hilvert-Bruce, Z. N. (2018). Social Motivations of live streaming viewer engagement on twitch. . *computers in human behavior* , 84,58-67.
- Islami, C.D. & Susanto. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop. *Jurnal Ilmu Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 22, 215 – 226.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Jakarta: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jakarta: Pearson Education.
- Khurin Sabila, A., & Taufiq Lazuardy, I. (2024). Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Pada Platform Tiktok. In Online Consumer Review (Vol.5, Issue 1).
- Martiyanti, D., Eko Astuti, M., Barus, A., & Parulian, E. (n.d.). Strategi Keterikatan Pelanggan Di Media Sosial Untuk Optimalisasi Kegiatan Umkm Di Era Digital (Vol. 2, Issue 2).
- Neraca.co.id. (2023). Mampu Torehkan Transaksi Gemilang, The Originote Raih Penghargaan Brand Choice Award 2023. Neraca. <https://www.neraca.co.id/article/180378/mampu-torehkan-transaksi-gemilang-the-originote-raih-penghargaan-brand-choice-award-2023>. 3 Maret 2024 (11.36)

- Ogi Sulistian. (2011). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Putri, S. B., & Mulyanto, H. (2023). Popularitas Ambassador Merek, Iklan Digital dan Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. "EKOMABIS: *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*.
- Radartasik.id. (2023). Ini Dia 5 Produk Terlaris di Tiktok Minggu ini, Ada yang dapat Rp 11 Miliar Seminggu. Radartasik. <https://radartasik.id/5-produk-terlaris-di-tiktok-minggu-ini-ada-yang-dapat-rp-11-miliar-seminggu/2/>. 10 Februari 2024 (15.11)
- Rahmawati, H., & Pradana, W. D. (2024). Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik: Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Celebrity Endorsements di DIY. *Jurnal Pijar: Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 366-380.
- Rahmawaty, 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.
- Rodrigues, P., Pinto Borges, A., & Sousa, A. (2022). Authenticity as an antecedent of brand image in a positive emotional consumer relationship: the case of craft beer brands. *EuroMed Journal of Business*, 17(4), 634–651.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Indeks.
- Sa'adah, L. (2023). Analisis Kualitatif dan Kuantitatif (Sulaiman (ed.); First Edit). Mitra Ilmu Makassar.
- Sarboni, S. N., Mariati., & Jamil, M. S. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC di Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(1), 34–46.
- Siregar, S. (2011). Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Version 17. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Siregar, S. (2014). Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Jakarta: Kencana.
- Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS), 1–18.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, A. (2023). The Influence of Live Streaming and Trust on Impulsive Buying in The Purchase Of Skintific Skincare Products. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2).
- Suryani & Hendryadi. (2015). Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta : Prenadamedia Group
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439
- Theoriginote.id. The Originote Official Website – Affordable Skincare For All. Diakses dari <https://theoriginote.id/>. 19 Februari 2024 (19.27)
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. ( 2015) . *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Wati, K. M. (2023). Analysis of Financial Statements in Measuring the Performance of UMKM in Mamuju Regency (Case Study on the Al-Kahfi Food Business Group). *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(2), 415-418.
- Wati, K. M., & Bantam, D. J. (2023). Identify Mitigation Levels Disaster FES Unjaya Students Based Survey Knowledge Disaster and Extension Non-Structural Mitigation Management Field. *Jurnal Mantik*, 7(2), 868–877.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik