

DAFTAR PUSTAKA

- Abdinegoro Saputro (2022). Analisis Keputusan Pembelian Aplikasi TikTok Shop, Live Streaming Shopping, Customer Engagement, Hedonic Value dan Fomo (Fear Of Missing Out). *Capital*, 5(8), 4983–5012.
- Adhitya, W. R., Sahbana, Y. A., Manajemen, P. S., & Utama, U. P. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR , SOCIAL ENDORSEMENT DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP*. 3(2).
- Agustina, S. (2018). Pengaruh Brand Image, Trust, Dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Simki-Economic*, 02(02).
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023). *PERAN LIVE STREAMING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA APLIKASI TIKTOK SHOP STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2020 Pendahuluan*. 1(2), 106–113.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/38284/34957>
- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>
- Ariana, R. (2021). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian*. 1, 1–23.
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Lokal. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(1), 2023.
- Budiarti, R., & Sari, T. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama)*. 2(1), 1–14.
- Buntoro, D., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Bursa : Jurnal*

- Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 38–55. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.231>.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dzakirah, F., Nasrul, N., & Sinarwaty, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 84. <https://doi.org/10.55598/jmk.v13i1.23311>.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Handayani Resti (2022). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial Word Of Mounth Terhadap Keputusan Pembelian. *FEB UMP*, 2022.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>.
- M., N. T., & Meutianingrum, F. J. (2021). Pengaruh Halal Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Pontianak Yang Menggunakan Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Produktivitas*, 8(2), 186–192. <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i2.3461>
- Maryari, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nurhaliza, S., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baterai ABC Pada PT. Everbright Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). *Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @ Scarlett _ Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @ Scarlett _ Whitening Di Surabaya)*. 4(4), 3664–3671.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>.
- Sarbullah, P. (2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh. *Capital*, 5(8), 4983–5012.

- 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>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung Alfabeta, 2019.
- Prajana, A., Syafikarani, A., & Nastiti, N. (2021). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran pada Fitur Shoppe Live. *Jurnal Tanra*, 8(52), 30–36.
- Valentin, I. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.