

DAFTAR REFERENSI

- Andika Putra¹, Veny Puspita², Sintia Safrianti³ 1, 2, 3. 2024. “Pengaruh Live Streaming, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tik Tok Shop Di Kota Bengkulu.” *Manajemen Bisnis* 13(2)
- Febri Selvia Dewi¹, T. N. S. 2. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN WARDAH*. Ilmu Ekonomi dan Sosial, J., Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Café Kopilogi Kabupaten Garut Rifki Rosyad Karnawan, P., & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Café Kopilogi Kabupaten Garut. *Universitas Garut* 2) Ramayani.Yusuf@poljan.Ac.Id, 11(3). <https://doi.org/10.22441/jies.v11i3.20365>
- Kaharu, D., Id, A. C., & Budiarti, A. (n.d.). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Kaharu, S., & Amal, M. I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 6(1), 33–42. <https://doi.org/10.31294/jpk.v6i1.13579>
- Khalishan, F. R., & Hermina, N. (n.d.). *Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung)*. <http://Jiip.stkipyapisdompui.ac.id>
- Komalasari, F., & Handayani, D. (2021). Content Marketing Strategy dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Fashion Online. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 88–97. <https://doi.org/10.25139/jkdb.v5i2.54321>
- Latief¹, F., & Ayustira², N. (2020a). *KOSMETIK DI SOCIOLLA* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Latief¹, F., & Ayustira², N. (2020b). *KOSMETIK DI SOCIOLLA* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI*.

- Nur Qalby, N., Arisman, A., Muhamad Pauzy, D., Peta No, J., Tawang, K., & Tasikmalaya, K. (n.d.). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike (Survei Pada Mahasiswa Universitas Perjuangan Tasikmalaya)*. www.topbrand-award.com
- PENGARUH BRAND IMAGE, CELEBRITY, Endorsment, Dan Live Streaming. (n.d.).
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Program, G. K., Pendidikan, S., Niaga, T., & Ekonomi, F. (n.d.). *PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BATIK MIROTA SURABAYA*.
- Putri, A. K., & Junia. (2023). Pengaruh Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 10(2), 121–130. <https://doi.org/10.31289/jimt.v10i2.12345>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023a). SEIKO : Journal of Management & Business 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. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023b). SEIKO : Journal of Management & Business 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. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023c). SEIKO : Journal of Management & Business 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. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>

- Sianipar, D., & Yoestini, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-commerce. *Jurnal Bisnis Digital dan Inovasi*, 4(3), 110–118. <https://doi.org/10.24123/jbdi.v4i3.67890>
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., Darmawan, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Banjarmasin, P. (2024). Pengaruh *Content Marketing* Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).
- Wicaksono, R., Handayani, T., & Lestari, N. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–55. <https://doi.org/10.31227/jreb.v8i1.98765>
- Wicaksono, R. A., Ayu,) ;, Octavia, N., Moch,) ;, & Aprianto, S. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE DI SEMARANG. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 423–432.
- Putri, Azzahra Kamila, and Annisa Aghniarahma Junia. 2023. “Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal Of Social Science Research* 3(4):8238–48.
- Rahmayanti, Sri, and Rizky Dermawan. 2023. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Surabaya.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 6(1):337–44. doi: 10.37531/sejaman.v6i1.2451.
- Setyarko, Agus Sriyanto; Elizabeth; Hakam Ali Niazi; Ravindra Safitri Hidayat; Rina Ayu Vildayanti; Yugi. n.d. “Manajemen Pemasaran.” Universitas Budi Luhur: 2024.
- Sonie Mahendra, and Primasatria Edastama. 2022. “Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace.” *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi* 1(2):21–28. doi: 10.30640/jumma45.v1i2.317.