DAFTAR PUSTAKA

Aditya Setyawan, D. (2021). Petunjuk praktikum uji normalitas & uji homogenitas data dengan SPSS. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.

Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada Aceh*.

Agustin, epi dwi, & Asteria, B. (2026). *Pengaruh Beauty Influencer Dan Fitur Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Tiktokshop Dengan Impulse Buying Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Di Yogyakarta)*. *9*(1), 1498–1513. https://doi.org/10.30738/eden.v9i1.4784

Agustina, R. M., Efendi, N., & Tulim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa/ I Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, *14*(1), 90–100. https://doi.org/10.55601/jwem.v14i1.1221

Agustria lolita anggi. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek Dan Harga Terhadap keputusan pembelian Skincare MS.Glow Kota PekanBaru. *Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, *4*(1), 1310–1325.

Ahmat, H., Salim, m agus, & Wahyuningtiyas, N. (2024). *Pengaruh Fitur Live Shopping, Service Quality, Dan Product Quality, Terhadap Keputusan Pembelian Pada E – Commerce Tiktok Shop*. *14*(01), 743–754.

Akbar, Y. R., Putri, A., Rahmadani, A., Yani Safitri, D., & Fadhillah, M. R. (2025). Fitur live streaming dan promosi: apakah berpengaruh terhadap minat beli pada TikTok Shop? *Jurnal Pustaka Manajemen*, *5*(1), 40–36.

Akbari, M. I., & Hastoko, Y. P. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman bir pletok di Hana Kuliner Jakarta. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *1*(5), 298–307. https://doi.org/10.55904/nautical.v1i5.319

Amstrong, kotler dan. (2024). pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian lampu visicom led di surabaya barat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *13*(9), 1–18.

Anisa, Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, *1*(2), 131–143.

Audina, P. K., Sakti, D. P. B., & Athar, H. S. (2023). The Effect of Live Streaming Shopping, Price, and Product Quality on Purchasing Decisions for Shopee Users in West Nusa Tenggara, Indonesia. *Audina Pin Kharisma Dwi Putra Buana Sakti Handry Sudiartha Athar*, *9*(10), 2019–2027. https://doi.org/10.22178/pos.97-10

Bahri, H., Laila, T., Heikal, M., & Jullimursyida. (2025). *The Effect Of Product Quality , Price , And Locationon The Purchase Decision Of Gayo Coffee Powder At*. *4*(12), 3112–3119. https://doi.org/10.54443/ijset.v4i12.1112

Basalamah, M. R., Millannintyas, R., & Auli, S. (2021). *Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. 111–121.

Bisari, N. A., Itasari, W., Anandita, S. R., & Ibrahim, I. (2025). Pengaruh Program Afiliasi dan Fitur Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di TikTok Shop. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, *8*(3), 144–152. https://doi.org/10.32764/joems.v8i3.1501

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 2716–3768. https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1

Chandra, wibowo m. (2026). *The Influence Of Live Shopping , Discounts , And Product Quality On Consumer Purchase Decisions On Shopee*. *9*(1), 886–892. http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB%0ATHE

Chandrruangphen, E., Assarut, N., & Sinthupinyo, S. (2022). The effects of live streaming attributes on consumer trust and shopping intentions for fashion clothing. *Cogent Business and Management*, *9*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2034238

Damanik, R. Y. B. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word Ofmouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pie Kopi Di Takengon Aceh Tengah Skripsi*. 2024.

Devi, Y., Istiatin, & Kustiyah, E. (2023). *Decision To Purchase Of Wardah Skincare Products Viewed From Celebrity Endorsement, Brand Image, And Consumer Trust (Case Study On Wardah Skincare Users Sami Luwes Surakarta)*. *7*(1), 1–5. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR

Di Domenico, G., & Ding, Y. (2023). Between brand attacks and broader narratives: How direct and indirect misinformation erode consumer trust. *Current Opinion in Psychology*, *54*, 101716. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101716

Dikdik Harjadi, S. E., & Iqbal Arraniri, S. E. I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (Vol. 1). Penerbit Insania.

edhie rachmad, Dwi, W., Veronica Meilin, & Try, W. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *7 Nomor 3*, 6437–6447.

Fandy Tjiptono, P. H. D. D. A. D. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset. https://books.google.co.id/books?id=Ck4D0AEACAAJ

Fatmawati & Lubis, A. . (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pasar Pusat Pasar Kota

Medan. *Manajemen Bisnis*, *1*(1). https://doi.org/10.24853/jmmb.1.1.1-10

Fauzi, T. D., Budhijana, B., Simatupang, B. M., & Haryanti, E. (2025). *Pengaruh Potongan Harga , Promo Gratis Ongkos Kirim , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Live*. *5*(1), 1434–1445.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate edisi 10. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah. (2024). *PengaruhHargaTerhadapKeputusanPembelianKonsumen*. *07*(3), 275–292. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage Learning.

Hakim, M., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Petang Di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, *3*(1), 67–77. https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1617

Harjadi. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Cofeshop Dolkopi Di Semarang)*.

Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kulitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, *2*(2), 365–371. https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1753

Hashifah, S. N., & Nasution, A. E. (2024). Pengaruh E-WOM dan Price Terhadap Purchase Decision Melalui Consumer Trust Pada Kopi Kenangan di Cabang Medan Resort City. *Jesya*, *7*(2), 1458–1474. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1660

Herdiyan, H., Asiati, D. I., & Moelyatie, T. A. (2023). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian E-Paper Bisnis Indonesia dengan Karakteristik Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, *4*(2), 49–63. https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i2.1164

Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Endi Catyanadika, P. (2021). Consumer trust as the antecedent of online consumer purchase decision. *Information*, *12*(4), 1–10. https://doi.org/10.3390/info12040145

Hidayat, R. (2021). Buying Decision Influence With Price, Product Quality and Promoting. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, *2*(1), 216–226. https://doi.org/10.53695/injects.v2i1.384

Hidayat, S., Ar, K., & Bahri, H. (2024). *the Effect of Shopee Live Features and Information Quality on Online Impulsive Buying of Fashion Products (Case Study on Students As E-Commerce Customers Shopee At the Faculty of Economics and Business)*. *3*(11), 2023–2032.

Hidayatullah, S., & Junaidi, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanandan Harga Terhadap Minat Beli Ulangkonsumen Bucket Sragen*.

Karimah, L., Hadi, S. P., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Kota Semarang. *Ilmu Administrasi Bisnis*, *13*(2), 285–292. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab

Khairani, K., Simon, J., & Fahmi, T. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Masyarakat Pengguna Online Shop Di Kecamatan Medan Belawan. *Jurnal Bisnis Corporate*, *9*(2), 109–126. https://doi.org/10.46576/jbc.v9i2.5814

Kore, P., Bunga, M., Kurniawati, M., & Fanggidae, A. H. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Hokky Mart Lasiana). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *4*(3), 647–657. https://doi.org/10.35508/glory.v4i3.10561

Laili dan Budiarti. (2023). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya Ninda Putri Nisfil Laili Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 12, 7.

Lestari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, *3*(1), 65–86. https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321

Lindasari, J., Natalia, F., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2023). *Peran Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. *2*(9), 2414–2428.

Melati, Magfiroh, I., & Rufial. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skincare (produk serum) di PT. AVO Innovation Technology (Avoskin) (Survey pada Mahsiswa FEB UPI YAI). *Jurnal Ikraith Ekonomika*, *5*(3), 215–224. http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA

Mesita, I. A., & Wahyudi, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, *1*(3), 141–151. https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.122

Najah, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Skintific (Studi Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syari'ah Uin Datokarama Palu)*. *01*, 1–23.

Nindiyasti, S. P., & Susanti, A. (2026a). *Pengaruh Fitur Live Shopping , Interaksi Host , dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Tiktok di Wilayah Solo Raya*. *6*(1), 794–806. https://doi.org/10.51903/jupea.v6i1.5612

Nindiyasti, S. P., & Susanti, A. (2026b). Pengaruh Fitur Live Shopping , Interaksi

Host , dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Tiktok di Wilayah Solo Raya. *Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, *6*(1), 794–806. https://doi.org/10.51903/jupea.v6i1.5612

Novita, A., & Soeparto, A. W. H. (2023). Pengaruh Review Online, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *8*(6), 728–746.

Novitasari, I., & Hidayati, R. (2023). Analisis Kepercayaan Konsumen, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian E-Commerce (Studi Empiris Pada Konsumen Lazada di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *12*(1), 1–14. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr

Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, *8*(1), 42–49. https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1434

Nurul, imani arlisa, Putra, suadi sapta, & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. *::Journal of Economic, Business and Accounting*, *7*(1), 2537–2548.

Pakpahan, E., & Idris. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Citra Merek Terhadap Consumer Trust Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, *11*(6), 1–13. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index

Pasya, A., Octavia, A., & Yuniarti, Y. (2025). Pengaruh Live Shopping dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Fashion Pengguna TikTok di Kota Jambi. *Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, *14 No. 03,*(03), 1035–1047. https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.42576

Pispawati, ni nengah nitha, & Febrianta, mochamad yudha. (2023). Analisis Pengaruh Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Shopping Untukmenciptakan Purchase Intentionpada Live Shopping Tiktok. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(2), 640–665.

Pratondo, K. R., & Opier, N. M. (2024). The Role of Personal Branding Influencers and Consumer Trust in Skincare Product Purchase Decisions in Indonesia. *Journal of Darunnajah Business School*, *1*(2), 74–81. https://ejournal.darunnajah.ac.id/index.php/j-dbs

Puspitasari, D., Asir, M., & Rahmi, R. (2023). Efektivitas Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review Manajemen Pemasaran. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(1), 90–95. https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6933

Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Ilmliah Mahasiswa Merdeka EMBA*, *2*(1), 286–302.

Raafi, M., Azzuri, A., Khalida, L. Z., Arrum, S., & Ikhsan, M. (2026). *Studi Perilaku Konsumen dalam Memanfaatkan Fitur Live Shopping di Platform Shopee*. *9*(1), 117–126.

Rahmadita, R., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Salingka Nagari*, *2*(2), 620–630. https://doi.org/10.24036/jsn.v2i2.166

Rahmawati, V. I., Indayani, L., & Yani, M. (2025). *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis*. *9*(1), 332–347.

Ramba Ira Utami, Pongtuluran, A. K., & Chrismesi Pagiu. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Buket pada Barung Bouquet Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Bintang Manajemen*, *1*(4), 219–231. https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2268

Rofiqoh, Suwangsih, E., & Rahayu, P. (2022). *Pengaruh Pendekatan Stem (Science, Technology, Engineering, Mathematics) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Sd Kelas V*. *7*(10), 18053–18067. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13264

Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, *10*, 1–20.

Saffanah, L., Handayani, P. W., & Sunarso, F. P. (2023). Actual purchases on Instagram Live Shopping: The influence of live shopping engagement and information technology affordance. *Asia Pacific Management Review*, *28*(2), 204–214. https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2022.09.002

Safitri, R. A. N., Gunaningrat, R., & Hastuti, I. (2025). Apakah Live Shopping dan Diskon berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Gen Z dan TikTok Shop) Universitas Duta Bangsa Surakarta , Indonesia langsung dengan host saat sesi live serta promo-promo yang ditawarkan . Live shopping tidak. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, *4*(3), 373–382. https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4891

Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian (MS Dr. Ir. Try Koryati. *Penerbit KBM Indonesia*.

Saidah, N., Mawaddah, N., Hidayah, N., Zulpan, Z., Husein, A., & Arianto, A. (2026). Konsep reliabilitas dalam penelitian dan teknik pengujianya. *Educational Journal*, *1*(3), 775–784.

Sari, W., Subhan, M., Heikal, M., & Bahri, H. (2026). *The Influence of Motivation , Trust , and Attitude on the Purchase Decision of Emina Cosmetic Products in Lhokseumawe City*. *1*(1), 1–15.

Sinulingga, S. N., Manik, V., & Jonathan, S. H. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Iklan Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Instan

Noodle di Kota Medan. *Jurnal Ekobistek*, *10*(2), 108–114. https://doi.org/10.35134/ekobistek.

Sinurat, W., & Salqaura, S. A. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Live Streaming dan Affiliate Marketing terhadap Implusif Buying. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(2), 1350–1357. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.673

Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, *26*(3), 306–315. https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019

Sri Mulyana. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, *7*(42), 187–195. https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665

Steviani, R. P., Putra, P. A., & Ruhiyat, A. W. N. (2026). Pengaruh Live Shopping dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Generasi Z Di Platform Tiktok Shop. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *5*(2), 3631–3641. https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9047

Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sung, E., Chung, W. Y., & Lee, D. (2023). Factors that affect consumer trust in product quality: a focus on online reviews and shopping platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), 1–10. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02277-7

Susilo, G. F. A., Rani, U., & Khotijah, S. A. (2022). the Trusting Beliefs of Users and the Intention To Continue Making Purchases Via Social Commerce. *Journal of Indonesian Economy and Business*, *37*(1), 1–14. https://doi.org/10.22146/jieb.v37i1.1402

Syiffa Arrahma, N., & Bastaman, A. (2023). The Influence of Price, Product Quality, Brand Image On Purchasing Decisions, With Consumer Trust as a Variable Mediating. *Gema Ekonomi*, *12*(7), 1–18. https://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/index

Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, *2*(2), 89–97. https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran prinsip & penerapan. *Yogyakarta: Andi*, 81.

Tran, V. D., Nguyen, M. D., & Lương, L. A. (2022). The effects of online credible review on brand trust dimensions and willingness to buy: Evidence from Vietnam consumers. *Cogent Business and Management*, *9*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2038840

Utami, J. R., & Widarta. (2025). The Influence of Product Quality, Live Shopping Service Quality, and Consumer Trust on Wardah Product Purchasing

Decisions by Generation Z. *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, *9*(2), 349–362.

Wicaksono, sandhy yudha. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. ... *Ilmu Dan Riset Manajemen*, *9*(7), 1–18. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100

Yuniwinarti, & Zed, E. Z. (2023). the Influence of Product Quality Price and Promotion on Purchase Decisions of Hijab Rabbani Syar'I Model At the Rabbani Villa Mutiara Cikarang Selatan Store. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, *12*(03), 148–161.

Zahriyah, A., Suprianik, S., Parmono, A., & Mustofa, M. (2022). *EKONOMETRIKA Tekhnik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, *6*(2), 324–333. https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674