

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., Indriani, F. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal Of Managemen* 10(1), 132–139.
- Affandi, 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Amanda, R., D., Baidlowi I., & Kasnowo. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lipstik Wardah (Studi Pada Konsumen Lipstik Wardah Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3565–3578.
- Cai, J., & Whon, D.Y. (2019) Live Streaming Commerce Uses and Gratification approach to Understanding Consumers' Motivation. *Poceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*, Grand Wailea, Maui, HI, USA: 8-11 January 2019. Hal. 2548-2557.
- Chen, M. F., & Lin, Y. C. (2018). What Drives Live-Stream Usage Intention? The Perspectives Of Flow, Entertainment, Social Interaction, and Endorsment. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303.
- Diana Rosa Amanda, Imam Baidlowi, & Kasnowo. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lipstik Wardah (Studi Pada Konsumen Lipstik Wardah Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3565–3578.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Himmah, A. R., & Prihatini, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153–1161.
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, dan Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada Brand The Originote di Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020

- Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 3(2), 314–328.
- Julaeha, Inge ; Julaeha, L. (2024). *Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*. 10(1), 1–7.
- Khasanah; (2024). Pengaruh *Discount*, *Online Customer Review*, dan *Shopping Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pada *Marketplace* Shopee . *JIMBA*, 15(1), 37–48.
- Kietzmann, J., & Canhoto, A. (2013). Bittersweet! understanding and managing electronic word of mouth. *Journal of Public Affairs*, 13(2), 146–159.
- Kotler, P, & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari. (2025). *Pengaruh Diskon , Live Streaming Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote (Studi Pada Marketplace Shopee) Abstrak*. 11(1), 314–327.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241.
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 143–144.
- Margaretha, Y. A., Kurniati, R. R., Widayawati, E., Mt, J., & Malang, H. (2025). Pengaruh Live Streaming , Kualitas Produk , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Konsumen Skintific Shopee di Kota Malang)
- Munuera-Aleman, J. L., Delgado-Ballester, E., & Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 1–18.
- Nasution, M. R., Rasyid, A., Golf, J. L., Tengah, K., Pancur Batu, K., Serdang, K. D., & Utara, S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Official Shop Di Shopee. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(1), 230–240.
- Ni Komang ratih Yilianita, Inengah Suardhika, dan I. gede R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk, dan Electrobic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3(9), 51–70.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah*

Manajemen, 9(4), 439–450.

Ovaliana, W. D., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Make Over pada Marketplace Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–12.

Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160.

Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 137–138.

Ramli, S. N., Haeruddin, M. I. M., Ilham, M., Haeruddin, W., Hasbiah, S., & Aswar, N. F. (2025). Pengaruh Live Streaming dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial TikTok (Studi pada Mahasiswa Manajemen Pengguna TikTok). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1).

Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40.

Riandari, P. D. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image , Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3).

Rosmaya Adriyati;Farida Indriani. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(1), 132–139.

Setiawan, E. (2025). Peran Live Streaming Dan Diskon Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada E-Commerce Shopee Di Kota Palembang. *Jurnal : Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3, 87–101.

Siagan, D. dan Sugiarto. (2006). *Metode Statistika*. Jakarta: Gramedia.

Simamora, Henry (2004). *Manajemen Pemasaran Internasional, Cetakan Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

Sinaga, Pengaruh Live Streaming , Online Customer Review , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Shopee.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto, (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offside.

Tilaar, R., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Barenbliss melalui Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Fisip Unsrat. *Productivity*, 5(1), 816–819.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



