

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1).
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Andriani, A., & Hariasih, M. (n.d.). *Against Tiktok Shop Consumer Impulsive Buying [Influencer Marketing , Citra Personal Branding , dan Affiliate Marketing Terhadap Implusive Buying Konsumen Tiktok Shop]*. 1–16.
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- ANGGRAINI, E. (2024). STRATEGI MEMBANGUN PERSONAL BRANDING FOODGRAM HIDDENGEMSMG DI INSTAGRAM OLEH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Billy Enru A F Kalangi Olivia F C Walangitan Mikhael J. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan. *Productivity*, 2(7), 561–565.
- Fatimah, S., Soumena, M. Y., Nurhayati, S., Gasali, I., & Makkulau, A. R. (2023). Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 45–59.
<https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i1.6698>
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 218–225.
<https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*,

2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

Hansen Rusliani, Syamsuddin Syamsuddin, & Merdiana Ferdila. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(3), 140–156.

<https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.868>

Iii, B. A. B. (2018). *Bab iii metode penelitian 3.1*. 17–23.

Joshua, D., & Padmalia, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32.

<https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.384>

Khalid, C. (2024). *Pengaruh content marketing , influencer dan live streaming terhadap keputusan pembelian di tiktok shop*.

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>

Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 154–169. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3138>

Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59*, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>

Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>

Pranadewi, A., & Hildayanti, S. K. (2024). *Pengaruh Live Streaming , Harga dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok*. 5(1), 20–31.

Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>

- Rifani, J. (2021). *PENGARUH LIVE SHOPPING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA SHOPEE (SURVEY PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS STIA AMUNTAI)*. 43–50.
- Soegiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suprimansyah, R., & Yusuf, R. (2023). *Pengaruh Personal Branding terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada followers Social Media YouTube @ GadgetIn)*. 1(2).
- Ummah, M. S. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023). *Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming , Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok*.
- Wibowo, A., & Rusdi, F. (2019). Analisis Personal Branding Youtuber Gim : (Studi Fenomenologi Michael Souw). *Prologia*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6132>
- Yunitasari, C., & Japariato, E. (2019). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1(No.1), 1–8.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>
- Putri, A. C., & Binastuti, S. (2024). PENGARUH LIVE SHOPPING DAN STORYTELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA AKUN TIKTOK@ DDHIVAAAA. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(10).
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 1-8.
- Andriani, A., Hariasih, M., & Sukmono, R. A. (2024). Influencer Marketing, Personal Branding Image, And Affiliate Marketing Against Tiktok Shop Consumer Impulsive

- Buying. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10428-10504.
- Al-Fairuz, N. H. (2024). Pengaruh Live Streaming, Flash Sale dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 245-260.
- Fatimah, A. N. N., & Al Amin, N. H. (2024). *Pengaruh Personal Branding, Harga, Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Bittersweet By Najla* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).