

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Nanda Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (pp. 1–131). <http://penerbitzaini.com>. Provinsi aceh
- Ahmad, Rizal, D. (2022). Analisa Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli pada *Platform Digital* Shopee (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1644–1651.
- Astuti, C. W., & Abdurrahman. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Of Advances*, 01(02), 33–49.
- Biantoro, D. P., & Darpito, S. H. (2021). Pengaruh *Social Commerce*, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli. 169–180. *Jurnal Students' Conference On Accounting & Business*
- Cindy, A. W., & Abdurrahman. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Advances In Digital Business And Entrepreneurship*, 01(02), 33–49.
- Cindya, P. P. A., Subagyo, & Widodo Wahyu. (2023). Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review* dan *Cashback Promotion* terhadap Minat Beli Produk pada Fitur Tiktok Shop. *Simposium Manajemen dan Bisnis (SIMANIS)*, 2, 189–198. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3182>
- Djamaludin. (2023). *The Influence of Brand Trust and Satisfaction towards Consumer Loyalty of a Local Cosmetic Products Brand X among Generation Z*. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 27–44. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.27-44>
- Febrianda, D., & Saputra, H. (2025). Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Layanan Internet Indihome di Desa Mekar Sari Kecamatan Deli Tua. *Jornal Of Social Science Research*, 5.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media (ed.); Cetakan Pe, Issue August).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed., p. 490 Halaman). Semarang [.www.imamghozali.com](http://www.imamghozali.com).

- Hafizhoh, F. R., Gunaningrat, R., & Akhmad, K. A. (2023). Potongan Harga , *Live Streaming* , dan *Online Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis* (JUPSIM), 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>
- Hapsari, F. M., & Marwati, F. S. (2022). Pengaruh Brand Trust, Media Sosial dan Online Consumer Review terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 91–97. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Hastari, Yohana, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3), 785–799.
- Hellen, J. (2023). Pengaruh Siaran Langsung dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Sinomika*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/sinomika.v1i6.754>
- Ilham, R., Andang, F., & Suswita, R. (2024). Pengaruh *Live Streaming* dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Jambi *Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 215–235
- Jack, F. R., Norma, W. E., & Helen, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (Sarah Kiefer (ed.)).
- Luqiana. (2024). Optimalisasi Belanja Masyarakat Melalui Media Ssosial TikTok Shop. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Maheswara, F. Y., Satoto, S. H., Manajemen, P. S., Naskah, I., & Belakang, L. (2023). Pengaruh *Social Commerce*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Produk Aerostreet. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 176–186.
- Mamoto. (2023). the Influence of Electronic Word of Mouth (E-Wom) and Brand Trust on Online Purchase Decisions of Skincare Products in Lazada. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1218–1230. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46030>
- Nazara, Y. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Platform TikTok Shop. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 146–159.
- Nugraha J. P., Alfiah. D. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* Pekalongan, Jawa Tengah

51156

- Nur, M., Khoirun, A., Nining, S., Tyas, P., & Yani, A. (2024). Pengaruh *Live Streaming, Online Review Customer dan Influencer Marketing* terhadap Minat Beli pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamogan). *Jurnal Arimbi (Applied Research In Management and Business)*, 4(1), 50–60.
- Nurfitriah, A., Pushein, V., Amey, M., Setiadi, R., Yulianto, A., & Aisyah, N. (2023). *Kepuasan Konsumen , Kualitas Layanan , Celebrity Endorser , dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes*. 1(4).
- Pebriantika, M. (2024). Pengaruh *Influencer dan Brand Trust* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 190–195. <https://doi.org/doi.org/10.5281/zenodo.10642589>
- Prameswari Alma Cindya, Subagyo, W. (2023). Pengaruh *Live Streaming, Online Customer Review dan Cashback Promotion* terhadap Minat Beli Produk pada Fitur Tiktokshop. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen*, 2, 189–198.
- Pramezwary, A., Jennier, W., Roselynn, T., & Armando, T. (2021). *Brand Trust dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Covid-19*. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Prastyorini, F. (2024). *Strategi Pemasaran* (Juli Prastyorini (ed.)). Yogyakarta
- Punjangga, A. M. (2024). *Strategi Pemasaran dengan Celebrity Endorser dan Dampaknya terhadap Minat Beli* (Nia Duniawati (ed.)).
- Purwana, L. M., Indayani, L., & Supardi. (2022). *Role Of Live Streaming, Price Discounts, Product Reviews, and Ease of Transactions on Consumer Purchase Intentions at E-Commerce Live Streaming Tiktok*. 1–13.
- Rahmawati, I., Sa, L., Musyafaah, L., Ekonomi, F., Kh, U., & Wahab, A. (2023). *Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, dan Discount terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce “Shoppe.”* 6(2), 80–93. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Ribek, P. K., Mirayani, L. P. M., Permadi, O., Putri, N. K. A. D., & Suswandayana, I. K. A. (2024). Pengaruh Teknologi, *Brand Awareness*, dan *Trust* terhadap Minat Beli Ulang pada Usaha Makanan Tradisional Di Bali. *Jurnal Baksi Saraswati*, 13(1),

102–110.

- Safina, F., Oktaviani, A. I., & Mubin, B. (2024). *Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk UMKM Program Kerja Pengembangan Branding Keripik Bayam dan Pare*. 03(02), 223–231. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v3i2.249>
- Salmaningrum, D., Kodir, A. A., & Ramadhan, F. (2024). Pengaruh Program *Live Streaming* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce* Shopee. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6), 8139–8144.
- Salsabila, D. (2022). Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh *Flash Sale* dan *Live Streaming* terhadap Minat Beli pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–12.
- Salsabilla, D., Anwar, A., Wenny, P., Maria, C., & Yulyanti, F. (2024). *The Influence of Live Streaming Shopping Tiktok and Product Quality on Purchase Decisions With e-trust as Mediataion (Study On Skintific Moisturizer Products)*. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 232–240.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran Ingredients , *Influencer Review* dan *Live Streaming Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(3), 141–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0* (Yogyakarta, p. 328).
- Sidaruruk, D. I. dkk. (2023). Strategi Pemasaran dengan Memanfaatkan Fitur Tiktok *Live Streaming* sebagai Media Promosi untuk Minat Konsumen. *Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 11576–11584. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Sihotang Hotmaulina. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Erni Murni (ed.); pp. 1–193). Penerbit CV Budi Utama. <https://budiutama.com/metode-penelitian-kuantitatif-sihotang>. Jakarta
- Simanjuntak, T. W., & Saputra, A. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Content Influencer* dan *Live Streaming* Tiktok terhadap Minat Beli Skincare Skintific di Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(2), 619–628. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i2.543>
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Perum IIB).
- Sugiyono. (2023c). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In Sutopo (Ed.), *Metode Penelitian*. Sugiyono.Bandung. www.cvalfabeta.com.

- Sukmawati, N. K. T., Suardhika, I. N., & Dwinata JS, I. P. W. (2025). Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Lazada Di Kota Denpasar. *Emas*, 6(4), 816–828. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i4.4271>
- Sukmawati, S. (2025). Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Lazada di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 6, 816–828. <https://doi.org/https://doi.org/10.36733/emas.v6i4.4271>
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian* (Try Koryati (ed.); Medan). CV Widya Puspita.
- Tanjung, A., Hermiyetti, & Paliyang, Z. (2022). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli (Studi Kasus: Pembeli Mobil Wuling Confero di Bekasi)*. 11(Juli), 260–269. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/103466298/pdf-libre.pdf?1686994812=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisa_Faktor_Yang_Mempengaruhi_Minat_B.pdf&Expires=1713511148&Signature=CXUdcghJl14Bbw
- Tasbicha, F. N., Bayu, K., & Henry, G. C. (2023). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 968–977. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3214>
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Uliya, F., Wahono, B., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Marketing Communication* terhadap Minat Beli Produk *Herborist Juice For Skin* (Studi Kasus Generasi Z Kota Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Wardhana Aditya. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Mahir Pradana (ed.)).
- Widiyaningsih. (2024). Pengaruh *Live Streaming* terhadap *Purchase Intention* pada *Thrift Shop* dengan *Consumers Attitudes* sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(April), 40–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744.pemasaran.18.1.40-57>
- Wijaya, A. K., & Suciarto, A. S. (2024). Peran *Brand Trust* dalam Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness* terhadap Minat Beli. *REVITALISASI:*

Jurnal Ilmu Manajemen, 13(1), 231–239.

- Wilianto. (2020). *Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media dan Review Produk pada Marketplace Shopee pada Perusahaan Mini Grosir Mall. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 287–296. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/download/1428/928>
- Wisra, M. Y., Nara, I., & Edward, F. (2023). *Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality terhadap Minat Beli pada Live Streaming Marketing Online Shop*. 1(4).
- Wongsunopparat, S. (2022). *Factors Influencing Purchase Decision of Chinese Consumer under Live Streaming E-Commerce Model Factors Influencing Purchase Decision of Chinese Consumer under Live Streaming E-.* *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, January 2021. <https://doi.org/10.15640/jsbed.v9n2a1>
- Wulandari, Djihan A & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong). *E-Proceeding of Management*, 8(1), 567. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16354>
- Yusuf, R., Istiharini, I., & Hendrayati, H. (2024). *Brand Trust dalam Perspektif Konsumen: Sebuah Systematic Literature Review terhadap Faktor dan Implikasinya. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (Eko-Bisma)*, 3(2), 328–339. <https://doi.org/10.58268/eb.v3i2.132>
- Zalfa, K. V., Lilik, I., & Supardi. (2024). Analisis *Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Affiliate MarkeAng* terhadap Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1291–1305. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>