

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, A. R., & Haris, H. (2024). *Pengaruh Live Streaming , Shopping Lifestyle , Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulsive Buying Melalui Tiktok Shop Dengan Mediasi Price Discount Pada Generasi Z*. 5(2), 372–385.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). *Perkembangan E-Commerce : Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia*. 6, 120–131.
- Budiansyah, M. A., Aqmala, D., Waluyo, D. E., & Setiawan, A. (2025). *Pengaruh Harga Produk , Kualitas Produk , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Di Kota Kendal*. 18(1), 156–170.
- Cicillia, V. C., & Handoyo, S. E. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Online Fashion*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1075–1083. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V7i3.34712>
- Dasopang, N. (2024). *E – COMMERCE BISNIS DAN INTERNET*. 129–135.
- Dewantara, R. A., & Hayuningtias, K. A. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Potongan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee*. 6(3).
- Dewi, P. S., & Program, A. (2026). *Pengaruh Sikap Fanatisme, Brand Ambassador Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Chatime X Jkt 48 Di Bekasi*. 6(1), 32–36.
- Ghozali, H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Hagger, M. S., & Hamilton, K. (2024). *Longitudinal Tests Of The Theory Of Planned Behaviour: A Meta-Analysis*. *European Review Of Social Psychology*, 35(1), 198–254. <https://doi.org/10.1080/10463283.2023.2225897>
- Hariyanto, E. E., & Prasetyanta, A. (2024). *Analisis Pengaruh Harga , Kepercayaan , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Aplikasi Shopee Di Kota Bekasi*. 6(1), 30–39.
- Herayanti, L., & Sari, D. E. (2024). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim , Cod , Dan*

- Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee. 10(2), 550–564.*
- Irsyad, I. (2024). Pengaruh Fanatisme, Kualitas Produk, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Di Graha Persib Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 141–146.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert Scale: Explored And Explained. *British Journal Of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/Bjast/2015/14975>
- Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang*. (1), 13–27.
- Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk , Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Pesona Coffee Batam. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 369–380.
- Melina, S., & Saragih, N. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *Kukima : Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 2(2), 121–132.
- Muhammad Alvinnur Budiansyah, Aqmala, D., Eko Waluyo, D., & Setiawan, A. (2025). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Di Kota Kendal. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 156–170. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V18i1.2322>
- Noviany, D. L., & Rakhmawati, D. Y. (2025). *Pengaruh Fanatisme, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Official Merchandise Klub Sepak Bola Persebaya Surabaya*. 13(1).
- Oktora, I. M., Primadhita, Y., & Indiarti, M. (2024). Mengungkap Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Gen Z Dalam Menggunakan Uang Elektronik. *Journal Geookonomi*, 17, 148–160.
- Pang, M., & Arihanta, T. (2023). Pengaruh Konten Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Shopee. *Digismantech*, 3(1), 15–32.
- Pasifa, Soeprajitno, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Skintific Di Tiktok Shop Abell*. 4, 922–929.

- Putra, Iskandar, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Pada Mahasiswa Di Jakarta. *STREAMING Business Journal*, 3(Vol 3 No 2 (2024): STREAMING Business Journal), 13–22.
- Putri, S. I., Ainurrohmah, S., & Riono, S. B. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap*. 2(2).
- Ratulia, N. J., Pratama, M. A., & Adistya, D. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow*. 3, 115–127.
- Safitri, R. (2026). Pengaruh Promosi Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Rifka. *Musytari*, 25(7).
- Sari, M. D., Chaniago, H., & Indira, H. (2025). *Efektivitas Diskon Dan Promosi Digital Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Wanita Di E-Commerce Indonesia*. 5(2), 603–623.
- Sugiyono, S. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Widyaningrum, M. S., Chasanah, A. N., Pakarti, P., & Anomsari, A. (2026). *Peran Harga , Citra Merek Dan Celebrity Endorser Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Skincare MS Glow Di Kota Pati*. 1099–1112.
- Ying, L., Teck, L., Hew, S., Boon, K., Metri, B., & Dwivedi, Y. K. (2023). Extending The Theory Of Planned Behavior In The Social Commerce Context : A Meta - Analytic SEM (MASEM) Approach. In *Information Systems Frontiers* (Vol. 25, Number 5). Springer US. <https://doi.org/10.1007/S10796-022-10337-7>
- Zhang, Q., Wang, Y., & Ariffin, S. K. A. (2024). *Consumers Purchase Intention In Live- Streaming E-Commerce : A Consumption Value Perspective And The Role Of Streamer Popularity* (Number December 2020). <https://doi.org/10.1371/Journal.Pone.0296339>