

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyatma, M. F., & Trianasari, N. (2022). Pengaruh Ulasan Konsumen pada Media Sosial Twitter Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik*. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i9.106>
- Amalia, A. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Testimoni Produk, Varian Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift Nande's Shop Jakarta Utara Serta Tinjaunnya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Amin, M., & Taufiqurahman, E. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 648-659. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10652432>
- Alam, & Zumrotul Fitriyah. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Sosial Tiktok. *JIIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7(12):1350- 13507. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.5517>
- Angelyn, D. S. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *Lecture Papers National Published Articles*.
- Anik Sofiatun Amanah. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Serta Tinjaunnya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Annisa, A. P. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 18No. 1 pp. 24-35.
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). *The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision*. 78–82. <https://doi.org/10.2991/AER.K.210121.012>
- Aprilia, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, E-Service Quality, Dan

- Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada E-Commerce Shopee Di Wilayah Dki Jakarta Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Arif, M., & Siregar, I. K. (2021). Purchase Decision Affects, Price, Product Quality And Word Of Mouth. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, 2(1), 260 - 273. <https://doi.org/10.53695/injects.v2i1.389>
- Aris Sopian Nugraha (2023). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Pelanggan Bukalapak di Indonesia)*. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Azzahra Nasyatra Sulindra, A. W. (2022). Pemanfaatan Influencer Produk Somethinc Dalam Strategi Digital Marketing di Kalangan Masyarakat. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, Volume 3, Nomor 2.
- Bagus Satriyo, Y. I. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, Dan Review Content Terhadap Minat Beli Pada Umkm Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 4*.
- Baruna Hadi Brata, S. H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central. *Saudi Journal of Business and Management Studies*.
- Daroini, A. K. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, E-Trust dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian* (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Repository UMY.
- Faujiah, R., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart). *Journal of Indonesian Management (JIM)* 3(1). <https://doi.org/10.53697/jim.v3i1.1143>
- Faizah. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga

- Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, 21(2), 130- 141. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok . *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6320- 6334. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.3112>.
- Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Fitri, R. E. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Starbucks Melalui Line Official Account Serta Tinjauan Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Akun Resmi Line Kedai Kopi Starbucks Area Jakarta). *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Ghishwa Ansari, M. U. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, Vol.2 No.2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, D. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.
- Harahap, D. A. (2018). Examining The Effect Of Product Assortment And Price Discount Toward Online Purchase Decision Of University Student In Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2):99-104.
- Hestiningrum, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Masker Wajah Camille Beauty Di Jakarta Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- I Gede Rihayana, et al. (2021). The Influence Of Brand Image, And Product Quality On Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review* 04(06):342- 350. <https://doi.org/10.35>

409/IJBMER.2021.3345

- Ismayana, S. &. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Kurniaditya, G. B., Purwaningtyas, D. A., & Fadhillah, Z. E. (2024). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Matahari Department Store. *Journal of Psychology Students*, 3(1), 13–20. <https://doi.org/10.15575/jops.v3i1.32270>
- Kriston Diantoro. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Dan Tinjauannya Dalam Sudut Pandang Islam. *Diploma Thesis, Universitas YARSI*.
- Kotler, P. &. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Maemunah, S., Karyatun, S., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Brand Image On The Purchase Decision Of Bimoli Cooking Oil At Alfamart Minimarket In Pasar Minggu Area, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 727–738. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i4.905>
- Marzuq, M. &. (2020). Label Produk, Iklan Emosional, dan Diskon serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Muh Syulhasbiullah, et al. (2024). Pengaruh Penggunaan Live Streaming, Online Brand Trust, Dan Promosi Dalam Social Commerce Terhadap Keputusan Pembelian. *Masters thesis, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia*.
- Nadya Calista Andriana & Dr. Drs. Ngatno, M. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *ejournal3.undip*.
- Ningsiih, L. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Online Customer Reviews, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Melalui Marketplace Shopee Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam

- (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Jakarta Utara). *Diploma thesis, Universitas YARSI*.
- Novitasari, Rizky. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Serta Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam. *Diploma Thesis, Universitas YARSI*.
- Nuraini. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Online Customer Review, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Solo Raya. *Repository Surakarta*
- Nurhasanah, F. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*.
- Oktaviasih, L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *repository.uinjkt*.
- Regina, R., Nurhayati, N., & Pradana, H. A. (2021). The Effect Of Online Customer Review And Promotion Through E-Trust On The Purchase Decision. *Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.1.2>
- Rina Kurnia, & Ezizwita. (2025). Pengaruh Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Tiktok Shop Tokopedia.
- Risal, A. D. R., et al. (2025). The Influence Of Social Media Marketing And Product Quality On Purchase Decisions Among Glowderm House Of Beauty Consumers In Makassar City. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Rizza Anggita, H. A. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region. *Scholars Bulletin*.
- Rulyagustin, A., & Prastiwi, S. K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Generasi Z Di Solo Raya. *Skripsi Sarjana, UIN Sunan Kalijaga Surakarta*.

- Savitri, F. E. (2022). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Serta Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam. *Diploma Thesis, Universitas YARSI*.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an (Vol. 15). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2003). Tafsir al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an (Vol. 8). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2003). Tafsir al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an (Vol. 10). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2005). Tafsir al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an (Vol. 13). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2007). Wawasan al-Qur'an: Tafsir maudhu'i atas berbagai persoalan umat. Mizan.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sulindra, e. (2023). Pemanfaatan Influencer Produk Somethinc Dalam Strategi Digital Marketing di Kalangan Masyarakat. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*.
- Sulistyawati, B. S., *et al* (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 771-786 <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19821>
- Utami, D. F. T., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Fitur Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tiktok Shop. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), <https://doi.org/10.70283/idadrah.v1i2.37>
- Wilis, R. A., & Faik, A. (2022). The Effect Of Digital Marketing, Influencer Marketing And Online Customer Review On Purchase Decision: A Case Study Of Cake Shop "Lu'miere". *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 25–35. <https://doi.org/10.7498/ijms.v14i2.1234>
- Yulianti, Sadelia. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. *Diploma Thesis, Universitas YARSI*.

Yusuf, M. A., & Setiawan, F. F. (2024). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Lawson Pamulang. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2).

Zahro. (2024). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Produk Wardah Di Kota Malang. *Skripsi, Universitas Malang*