DAFTAR PUSTAKA

Afiat, A., & Ali, S. (2025). *61.+Template_Jurnal_Jrpp_Alfira_Afiat*. *8*, 5317–5328.

Apriyanto, B., & Affar, M. (2025). *The Influence Of Affiliate Marketing And Promotions On The Product Purchase*. *8*(01), 141–152.

Ash Shiddiqy, I., & Faradila, F. A. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Buying Interest (Studi Pada Konsumen Produk Skintific). *Rimba*, *2*(1), 159–169.

Asia, U. M., & Wiwaha, S. W. (2025). *Pengaruh Strategi Affiliate Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt . Ratakan Media Kreasi*. *5*(3), 366–373. Https://Doi.Org/10.32477/Jrabi.V5i3.1241

Aulia, K., Rahayu, A., Yacoh, S., Indrawijaya, S., Jambi, U., Meja, P., Kota, J. L., & Jambi, M. (2025). *Peran Affiliate Marketing Dalam Memediasi*. *3*(10).

Fadila, M. E., & Fauji, R. (2024). *Pengaruh Harga , Review Produk , Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sosial Commerce*. *6*(4), 724–733.

Hamdi, F. A., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2025). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Brand Trust Dan Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Tumbler Premium Di Wilayah Dki Jakarta)*.

Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). *2 1,2,*. *9*(November), 13–26.

Ishma Alfisa Martianto, S. S. I. & A. D. W. (2023). Faktor-Faktoryangmempengaruhikeputusanpembelian. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *Vol 7. No*, 1370.

Journal, I. I., & Economics, S. (2025). *Awareness On Purchase Intention : A Study On Generation*. *8*(3), 11380–11390.

Khoirulloh, H., Wardoyo, P., & Artikel, I. (2024). *Sustainable Business Journal Analysis Of The Influence Of Brand Trust And Brand*. *3*(1), 58–71.

Marissa Grace, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh*

Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta., *21*(134), 31–38.

Maulana, M. R., Novie, M., Muzdalifah, L., & Kamila, E. R. (2025). Pengaruh *Live streaming* Dan Diskon Melalui Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Erigo Di Tiktok Shop. *Jurnal Lentera Bisnis*, *14*(2), 1177–1192. Https://Doi.Org/10.34127/Jrlab.V14i2.1445

Memediasi, D., Dan, H. E., & Intention, P. (2024). *Jpro Vol. 5 No. 3 Tahun 2024 E-Issn : 27755967*. *5*(3), 482–497.

Mustika Via Baharsah, & Munawaroh Munawaroh. (2025). Analisis Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Modern. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *4*(1), 123–135. Https://Doi.Org/10.58192/Profit.V4i1.2966

Nugraha, A., & Widyastuti, H. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Melalui Customer Trust Pada Produk Skincare Di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, *16*(2), 198–214. Https://Doi.Org/10.29244/Jmo.V16i2.57722

Pratama, R., & Sari, N. (2023). Pengaruh *Live streaming* Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsmen. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, *4*(3), 201–212.

Rachmawati, A. F. (24 C.E.). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo Di Surabaya) Nur Laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *13*(8), 2461–0593.

Rahayu, N. A., Lutfi, L., & Damarwulan, L. M. (2025). Meningkatkan Keputusan Pembelian Di E-Commerce: Peran *Live streaming* Dan Flash Sale Pada Aplikasi Lazada. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, *6*(1), 98–110. Https://Doi.Org/10.32815/Jpro.V6i1.2438

Safitri, A. (2025). *Pengaruh Live streaming Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Di Universitas Sriwijaya*. *6*(1), 26–32.

Sagala Roslinda, Dkk. (2024). *24*, 25–33.

Salu, F. S., & Saktiana, G. M. (2025). *The Role Of Brand Trust In Influencing Purchase*. *07*(04), 1233–1241.

Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kisworo, Y. A. (2020). Inovasi Produk , Kreatifitas Iklan , Efekvifitas Iklan , Dan Brand Trust Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, *5*(2), 133–145.

Selebriti, P. E., Merek, C., Pada, S., Di, M., & Malang, K. (2022). *Produk Pakaian Erigo*. *15*(1), 19–34.

Shintawatia*, U. N. (2025). Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah. *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, *2*(8), 305–316. Https://Manggalajournal.Org/Index.Php/Cendekia/Article/View/1583

Trust, B., & Engagement, A. (2025). *International Journal Of Information System And Innovation Management*. *3*(2), 95–105.

Veni Ardiati Leriyan, Indri Hastuti Listyawati, Mukti Murtini, & Cahyono, E. (2025). Pengaruh *Live streaming*, Flash Sale, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, *12*(2), 14–22. Https://Doi.Org/10.54131/Jbma.V12i2.232

Wijaya, V. T., & Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek. *Bip's Jurnal Bisnis Perspektif*, *14*(1), 1–10. Https://Doi.Org/10.37477/Bip.V14i1.241

Yugita, T. U., & Kasmo, A. B. P. (2024). The Role Of Trust In Moderating The Impact Of Affiliate And Social Media Marketing On Financial Service Purchase Decisions. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, *3*(8), 3271–3286. Https://Doi.Org/10.55927/Fjas.V3i8.10726

Zuhri, S., Nawari, N., & Al Mubarok, M. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop. *J-Macc : Journal Of Management And Accounting*, *6*(1), 128–140. Https://Doi.Org/10.52166/J-Macc.V6i1.9651