

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming sebagai bentuk perkembangan fitur media sosial. *Media Dan Komunikasi*, 1(1).
- Aktif, M., Undip, F., & Ab, M. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11.
- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 151–164. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p151-164>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Aribowo, & D. (2020). Pengaruh Loyalitas Dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan Di Pt. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jambi)*.
- Arikunto. (2006a). *metode penelitian kuantitatif*.
- Arikunto. (2006b). *Reliabilitas dan Validitas*.
- Cai, J., & Wohn, D. Y. (2019). Live streaming commerce: Uses and gratifications approach to understanding Consumers' motivations. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2019-Janua, 2548–2557. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.307>
- Discount, P. P. (2023). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(1), 1–11.
- Eka, D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion muslim. *Edunomika*, 7(1), 1–11.
- Faradiba, Besse., M. S. (2021). *Pengaruh Live Sreaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasingng*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Muhammadiyah Manajemen Bisnis*.

- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1), 48–64.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh brand image, Online customer review dan Promotion terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.).
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Halila Titin Hariyanto dan Lantip Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee. *Jurnal TEKNIK ITS*, 9(2).
- Hidayat, M. T., & Utami, F. N. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Pada Generasi Millennial Di Indonesia. *Jurnal EProceedings of Management...*, 9(1), 61–74.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17422%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17422/17132>
- Indriantoro, & D. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*.
- Kanitra, A. R. (2018). Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 64–73.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniastuti, C., Septiani, L., & Yuliyzar, I. (2022). Pengaruh Online Customer Review , Live Streaming , Dan Content Creator Terhadap Keputusan Pembelian Melalui MarketPlace TIKTOK SHOP. *Jurnal Ekonomi*, 13(November).
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer

Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.

Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>

Mu'nis H., & Komaladei, R. (2020). Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Customer Review Marketing mix. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 138–148.

Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). Perbaikan Performa Cluster K-Means Menggunakan Sum Squared Error (Sse) Pada Analisis Online Customer Review Terhadap Produk Toko Online. *Jurnal TIMES*, VIII(2), 1–8.

Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>

Ramadan, F., & Hafid, H. (2021). Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace The influence of online customer reviews and e-service quality on purchasing decisions through the marketplace. *Journal.Feb.Unmul.Ac.Id*, 23(3), 405–412.

Ramadhana, R., & Ratumbusang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>

Risnawati, R., Chamidah, N., Komunikasi, I., Muhamadyah, U., Ilmu, P., Universitas, K., Cirebon, M., Ilmu, P., Universitas, K., & Cirebon, M. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komuniiasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143.

Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business Metode Penelitian untuk Bisnis*.

Setyawan, Ryan Ari & Marzuki, Y. (2018). Survei aplikasi live streaming & chat di kalangan pelajar. *Jurnal Seminar Nasional Edusaintek*, 4(1), 1.

- Shahnaz, K. (2022). tiktok shop jadi social commerce paling populer di indonesia. *Bisnis.Com*, 1–5. <https://teknologi.bisnis.com/read/20221003/266/1583477/tiktok-shop-jadi-social-commerce-paling-populer-di-indonesia>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi, & P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Pustaka Utama. Gramedia Pustaka Utama.
- Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Trust terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Journal Management Studi and Entrepreneurship*, 4(2), 1427–1438.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Beliya, E. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(1), 49–74.
- Teguh, & T. (2014). *pengantar pendidikan*.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Of Retailing and Consumer Services*, 48–59.
- Viral, B. (2023). *Faktor-faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Memilih Jasa Live Streaming*.