

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisa Martianto, I., Setyo Iriani, S., Dwijanto Witjaksono, A., & Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, F. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 7(3), 2023. <https://compas.co.id/>
- Alfred Heriman Setio, Umi Fadilah Fatoni, & Putri Sevi Agustin. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- WOM) Dan Online Customer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 126–135. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2718>
- Aryasa, F. M., & Roosdhani, M. R. (2024). PENGARUH PRICE DISCOUNT, CONTENT MARKETING, DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK @AINAFASHION.ID. In *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 5, Issue 2).
- Dinova, S. (n.d.). PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING DAN FLASH SALE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI KECAMATAN JATINEGARA. In *Journal of Young Entrepreneurs* (Vol. 2, Issue 4). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Ditamei, S. Pengertian Kerangka Pemikiran: Cara Membuat Beserta Contohnya"Baca artikel detikjabar, "Pe selengkapnya <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6202272/pengertian-kerangka-pemikiran-cara-membuat-beserta-contohnya>, & <https://apps.detik.com/detik/>, D. A. D. S. (2022).
- Dzulqarnain, O. I. (n.d.). *PENGARUH FITUR ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE SKRIPSI* Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Strata Satu (S1) Ilmu Administrasi Bisnis.

- Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2023). *PENGARUH REVIEW PRODUK DAN KUALITAS PRODUK*.
- Geary, K., 1✉, S., & Sudjiman, P. E. (2024). Pengaruh Live Streaming Onlineshop Dan Layanan Gratis Ongkir Terhadap Minat Keputusan Pembelian Produk Fashion Toko Onlineshop Shopee. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 5101–5117.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS. Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (Habiba Nur Aini_204105020124, n.d.)
- Islami, C. D., & Susanto,); (2024). PENGARUH LIVE STREAMING, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINESHOP. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 22(2), 215–226.
- Khotimah, K., Sari, S., & Tuah Negeri Dumai, S. (2024). Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK) PENGARUH PEMASARAN ONLINE, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE INFLUENCE OF ONLINE MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)* (Vol. 4, Issue 1). <https://ojs-ejak.id/index.php/Ejak>
- Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bengkulu, U. (n.d.). *time , dan Price Discount terhadap Purchase Intention saat Live Streaming di Tiktok*. 1–12.
- Margaretha Sinaga, S. (n.d.). *PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DI SHOPEE* Widhi Ariestianti Rochdianingrum Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

No, P. T., Peneliti, U., Merdekawati, I., Auliah, S. F., Diki, S., & Niagara, J. (2015). *Tabel 2.1.*

Puspitasari, D. M., & Herdian, R. (n.d.). Pengaruh kualitas produk, diskon harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6), 2023. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

Putra, E., Tinggi, S., & Pasaman, I. E. (2020). PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MAHASISWA STIE PASAMAN) THE INFLUENCE OF PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA AND PRODUCT REVIEW ON THE MARKETPLACE SHOPEE ON PURCHASE DECISIONS (STUDIES ON STIE PASAMAN STUDENTS). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.

Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2024). KOMUNITAS DAN INTERAKSI PENONTON PADA SIARAN LANGSUNG DI KANAL YOUTUBE NAPLIVE. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 406–415.

Rahmadani, V. A., Cempena, I. B., & Review, O. C. (2024). *Issn : 3025-9495*. 4(1). *Live Shopping: Mendorong Pertumbuhan Transaksi E-commerce di Indonesia*. (2024). Aloshop.Com. <https://id.aloshop.com/live-shopping-mendorong-pertumbuhan-transaksi-e-commerce-di-indonesia/>

Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>

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*. 6(2), 80–93. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>

Ramadhana, R., Fraick, M., & Ratumbuysang, N. G. (n.d.). *Pengaruh Online*

*Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace
Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The
Marketplace.*

Riska Dwi Arrohma, & Budi Istiyanto. (2023). Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Diskon Harga, Online Costumer Review Saat Live Streaming Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 1(3), 22–35.
<https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i3.266>

Shop, D. I. T. (2024). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 6(3), 171–185.

Shopee, D. I. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP BUYING DECISION PADA PELANGGAN RADYSA MEDAN SKRIPSI OLEH: FARAS CATTLEYA FEBRIZADLY PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area FARAS CATTLEYA FEBRIZADLY.*

SKRIPSI MIFTAHUL ANDRIANI (11190810000109) MANAJEMEN 2019. (n.d.).

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

Tempo.co. (2024). *Jejak Persaingan Shopee dengan Tokopedia, Siapa Penguasa Pasar E-Commerce RI Saat Ini?* Tempo.Co.
<https://www.tempo.co/ekonomi/jejak-persaingan-shopee-dengan-tokopedia-siapa-penguasa-pasar-e-commerce-ri-saat-ini--14288>

Yuniar, C. I., & Syaifulloh, M. (2024). *Pengaruh Fitur Live Streaming , Diskon Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pos Grosir Ecer (Pge) Pada Aplikasi Shopee*. 1(5), 485–495.