

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Andaresta, D. (2023). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan pada UD. Kripik Singkong Riziby Berbasis Website (Web)*.
- Asmarani, A., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). Pengaruh Live Shopping, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 425–437.
- 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.
- Farhatun Nisaul Ahadiyah. (2023). Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 41–49. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.5>
- Ferdiansyah, I. D., Soekiman, S., & Pinaraswati, S. O. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH HIJAU NU GREEN TEA DI KABUPATEN GRESIK. *Soetomo Management Review*, 2(1), 49–62.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2007>
- Hanifa Nur Fadilah. (2023). Building Consumer Trust in E-Commerce (Survey: Wiralodra University Students). *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v1i1.3>
- Hasanah, N., Syahrudin, H., Kuswanti, H., Ekonomi, P., Tanjungpura, U., Prof, J., & Nawawi, H. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE*. 12. <https://doi.org/10.26418/jppk.v12i5.65576>
- Hidayah, N. (2023). MANAJEMEN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN PUSAT KEUNGGULAN. *Kapita Selekta*, 132.
- Ilmu Komunikasi, P., Ilmu Sosial, J., Ilmu Sosial dan Hukum, F., & Retno Prabayanti, H. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING OLEH INFLUENCER*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Survei Pada Shopper Live Streaming @Louissescarlettfamily) Tira Mada (Vol. 8).

Jaenudin, J., Mulyadi, D., & Sungkono, S. (2024). PERAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PEMADAM KEBAKARAN KAB KARAWANG. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 2(4), 766–779.

Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29.

Latief1, F., & Ayustira2, N. (2020). *KOSMETIK DI SOCIOLLA* (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>

Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>

Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

Maharani, S., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2942–2955.

Makuku, K., & Yulianto. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TTHEOKBOKKI DI RESTO QUEEN Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

Megantara, A., & Permata, W. I. (2023). Peranan Promosi dan Kemudahan Penggunaan di Dalam Keputusan Bertransaksi Menggunakan Isaku pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Cileungsi. *Reslaj : Religion Education Social*

- Laa Roiba Journal*, 5(6), 3165–3174. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3759>
- MM, H. S. I. I. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- 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), 975–984.
- Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat beli pelanggan e-commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 1–37.
- Pradana¹, A. R., Didiek, V., & Aryanto², W. (2024). *Pengaruh Live Streaming, Discount, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang)*.
- Rezha Devi Anggreini, & Suparwati. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 53(9), 91–102.
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944.
- Sarah, S. (n.d.). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAKET PLATINUM WORLD DI TIKTOK SHOP. In *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 3). <https://journalpedia.com/1/index.php/jem>
- Sihotang, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Uki Press.
- Silfiyah, A., Pudyaningsih, A. R., & Subagio, D. P. W. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso Pada Marketplace Shopee di Pasuruan. *Revenue Manuscript*, 2(1), 19–30.
- Sinaga, S. M., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online

Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(4).

Utami, M., & Handayani, T. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah* (Vol. 2). www.keuangankontan.co.id

Wadiah, A., Ekonomi Syariah Perilaku Konsumtif Belanja Online Shopee Pada Remaja Di Lampung Utara, J., Negeri, S., & Ratu Aji, A. (2023). *Artikel Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ibnu Rusyd Kotabumi Nurul Azizah Azzahra*.

Zam Zami, R., & Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng, P. (n.d.). *INTERVENING (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Beberapa Universitas Favorit Kota Semarang)*.

Zesvin, Z., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk EcoKing di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 49. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.908>