

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, V., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee terhadap Keputusan Pembelian. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>
- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Ayu, G., Netrawati, O., Gusti, I., Oka Netrawati, A., Nuada, W., & Syakbani, B. (n.d.). *59 I The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions*.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli. 6(3), 2022.
- Chen, Y., Lu, F., & Zheng, S. (2020). A Study on the Influence of E-Commerce Live Streaming on Consumer Repurchase Intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 48. <https://doi.org/10.5539/ijms.v12n4p48>
- Ekombis Review -Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, J., Mahendra Indriawan, B., & Hari Santoso, I. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1), 905–914. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Erifiyanti, R., Rifa, S., Pane, N., Trijayanti, A., & Simanjuntak, K. F. (2023). Pengaruh Content Marketing Shopee Affiliate terhadap Minat Pembeli. Rizky Efirianti) Madani: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 214(4), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7952615>
- Fadilah N., Santoso B., Rozzaid Y., (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Kecantikan pada Shopee.
- Ferdinand,A, 2012, Metode Penelitian Manajemen, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (5th ed.). Semarang: Seri Pustaka KUnci 12
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media and Society*, 9(2), 319–342. <https://doi.org/10.1177/1461444807075015>
- Girsang, D. C., & Aprinawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Shopee Live. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 968–973. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4985>
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>

- Hastuti, W., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>
- Hayati, S., Andre Saputra, L., & Tinggi Ilmu Akuntansi Nasional, S. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. In *Business Management* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1059>
- Indarti, N., Fitriyah, A., Sobakh, N., Ekonomi, P., Pedagogi dan Psikologi, F., & PGRI Wiranegara, U. (2022). The Influence Of Shopee Live Advertising And Product Quality On Interest In Buying Clothing Products In Shopee E-Commerce. In *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS) E-ISSN* (Vol. 2, Issue 3). <https://ijhess.com/index.php/ijhess/>
- Jayanti, R., Hafidzi, A., & Izzuddin, A. (2022, September 13). *The Influence Of Information Quality, Online Customer Reviews And Postage Subsidy Promos On Purchasing Decisions On E- Commerce Shopee*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320915>
- Jurnal, H., & Rachman Mulyandi, M. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat beli pelanggan e-commerce. *I*(1).
- Ariyani, N. B. D., Hidayati, L. A., & Santosa, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ecommerce (Studi Empiris Pada Pengguna Shopee). *UMMagelang Conference Series*, 379–388. <https://doi.org/10.31603/conference.12018>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- Kotler, P., & K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education,
- Kotler dan Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang Inc.
- Kotler, P., & A. G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15). Global Edition.
- Latief, F & Ayustira, N.(2020). Kosmetik di sociolla (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.139>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, 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>
- Nuraini, K. D., Fitroh, F. I., & Putra, S. (2024). Mengapa Para Netizen Memutuskan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc? Pengaruh Influencer, Live Streaming dan Program Flash Sale. (*DINAMIKA*) *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 26–37. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/417>
- Mackey, A. (2005). *Second language research: Methodology and design*

McKinsey & Company. (2009). The Consumer Decision Journey

Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>

Wicaksana, A. H., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Influencer Marketing dan Live Streaming Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 69–78.

Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2007>

Murti, Y. W., & Santosa, A. (2025). *Pengaruh Online Customer Review , Kualitas Produksi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Tokopedia Di Yogyakarta*. 2(3), 1–19.

Narista, F. D., & Himawan, A. F. I. (2021). Pengaruh Sosial Media, Influencer dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(01), 55. <https://doi.org/10.30587/mahasiswamanajemen.v2i01.2369>

Yunita Tri Arviani, & Jaya Ramadaey Bangsa. (2024). Pengaruh Shopee Live, Brand Ambassador K-Pop EXO, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scralett Whitening Di E-Commerce Shopee Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 315–325. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i2.404>

Manajemen, J. M., Hazizah, R. N., Tulungagung, U., & Ayam, R. (2024). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN DAMPAKNYA : MENGUPAS PENGARUH CONTENT MARKETING , INFLUENCER , DAN ULASAN*. 4(2), 72–81.

Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>

Utami, F. W., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Konsumen Hand and Body Lotion Vaseline di Solo Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 756–769.

Puspitayani, L. M. S., & Maradona, A. F. (2023). Instastory Instagram Dan Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 216–235. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2910>

Ramadhan, A. T., & Hilwa, W. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen TikTok Shop di Kota Depok). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 3032–7253

Zakiah, A., & Hariasih, M. (2023). Keputusan Pembelian ditinjau dari Brand Trust, Digital Marketing dan Online Customer Review (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 6(2), 113–126. <https://doi.org/10.35326/jiam.v6i2.4062>

- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2004). Content Marketing, Live Streaming, and Online Customer Reviews On Fashion Purchase Decisions (Vol. 12, Issue 2). <https://ejournal.isnjbengkalis.ac.id/>
- Nilawardhani, F. D., Suharto, B., Sumber, M. P., Manusia, D., Pascasarjana, S., & Surabaya, K. (2024). Strategi Pemasaran Langsung Melalui Live Streaming di Platform Shopee (Vol. 9, Issue 1).
- Nur Atika, R., Haidar, K., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Mulawarman, U. (n.d.). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 2024. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing). 2(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia) (Vol. 6).
- Prambudi, J., Imantoro, J., Studi, P., Fakultas Ekonomi, M., & Bisnis, D.I; (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. In *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 1, Issue 3).
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1). <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i1.2800>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business 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>
- Sehangunaung, A. A., & Mandey, S. L. (2023). Analisi Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Manado The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Using Delivery Services at Tiki Garuda Agent Manado Branch. *Roring 1 Jurnal EMBA*, 11(3), 1–11.
- Shabrina, A. N., Sugiana, D., Dewi, Y., Sunarya, R., Studi, P., & Komunikasi, M. (2024). Pengaruh Kredibilitas Host Live Streaming Tiktok terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Penonton Live Streaming @Skintific_Id.
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>
- Siti Nuraeni, Y., & Irawati, D. (2021). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, and Promotion on Purchasing Decision Through Shopee MarketPlace (A Class Study Of UBSI Collage Student)* (Vol. 9 Issue 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2013). Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi, Cet. 1. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R & D.
- Sosial, J., Pertanian, E., Hanifah, H., Setiawan, B. M., & Prasetyo, E. (2017). Agrisocionomics Analisis Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Usaha Tani Tembakau di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang 1(1), 54–
- Studi Manajemen, P., Muara Bulian, S., & J.Gajah Mada, J. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa* (Vol. 1).
- Wilayah, J. P., Kota, D., Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2).
- Yudha, A. P., Alipudin, A., & Wihartika, D. (2024). *International Journal of Social Science and Human Research Purchase Intention: Social Media Promotion and Content Marketing Strategies to Increase Interest in Buying Cosmetic and Skincare Products*. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i01-104>
- Yulyta Hartaty, R., Yuni Astuti, I., Permana Mahaputra, A., Manajemen, P., Islam Kadiri Jl Sersan Suharmaji No, U., Kota, K., Kediri, K., & Timur, J. (2024). Penagruh Live Streaming Shopping dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5.