

DAFTAR PUSTAKA

- Auli, S., Basalamah, R., & Millanningtyas, R. (2025). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 218–230.
- Erwin, Judijanto, L., Sepriano, & Rukmana, A. (2018). Live Streaming Marketing Trend. In *PT Green Pustaka Indonesia* (Vol. 14, Issue 7). <https://doi.org/10.1038/s41567-018-0127-7>
- Fitriana, R., & Suprehatin. (2023). *Aplikasi Theory Of Planned Behavior pada mahasiswa indonesia dan malaysia*. 6(2), 143–152.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Joko Widodo, Mukhamad Zulianto, M. W. B. S., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>
- Kadek, R. P. (2024). *Manajemen Pemasaran Konsep Kualitas Pelayanan dan Keputusan*. Pt Media pustaka indo.
- Kholif. (2025). *Pengaruh Diskon dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*. 6. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Kotler, & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kurnia, F. P. R., Oetarjo, M., & Sudarso, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Online Customer Review dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(4), 532–543. <https://doi.org/10.52643/jam.v14i4.5539>
- Kusumaningati, I. D., Astuti, E. P., & Priyanto, A. (2024). *PENGARUH DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP Data Jumlah Kunjungan (Juta Kali)*. 1(1), 1–18.
- Manurung, M. H., Retto Djong, A. M., Nugroho, T., & Faskahariyanto, K. (2025). Pengaruh Aktivitas Live Streaming dan Ulasan Cutomer Terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Moderasi Minat Beli pada E-Marketplace Shopee (Studi pada UMKM Nusantara Jaya Fashion). *ProBank*, 10(1), 99–114. <https://doi.org/10.36587/probank.v10i1.1920>
- Maslucha, S., Zunaida, D., & Trianti, K. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE* (Studi pada Konsumen Produk Fashion Deliwafa). *Jiagabi*, 13(1), 286–295.
- Maulidha, P. C., & Wibowo, T. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Video Penjualan Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Lokapasar Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 6(2), 10460. https://jurnal.unipasby.ac.id/jsbr/article/view/10460?utm_source=chatgpt.com
- Melati, S., & Ali, M. M. (2025). Analisa Pengaruh Live Streaming dan Costumer Review Pada Keputusan Pembelian Melalui Platform Shopee. *ECo-Buss*, 8(1), 329–344. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2416>
- Pardosi, P. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia Live Streaming* (T. Zalni (ed.)). PBI Penerbit Buku Indonesia.

- Pradana, A. R., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh Live Streaming, Discount, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 329–380.
- Prihatini, G. (2024). *Pengaruh Strategi Live Streaming dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Penelitian Pada Mahasiswa Universitas La Tansa Mashiro)*.
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2021). The Effect Of Price Consciousness , Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 57–63. <https://doi.org/10.9790/487X-2306045763>
- Rahmawati, R. D., Hariasih, M., & Indayani, L. (2025). Analisis Live Streaming, Discount dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 985–997.
- Ridha, A., Zaimar, R. F., Windarsari, Haruna, & Adriansyah. (2025). *Theory Of Planned Behavior*. 2(6), 491–502.
- Sastra, I., & Kusuma, H. (2023). Bussiness and Organizations. *Ecological Restoration*, 8(1), 66–67. <https://doi.org/10.3368/er.8.1.66>
- Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Situmorang, T., Pasarbu, R. M., & Sihhotang, J. (2025). Live Streaming Memediasi Kepercayaan Konsumen dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Gen Z Pengguna Shopee di Medan. *Jurnal Business and Management, Universitas HKBP Nommensen. e-Journal UHN Medan. Journal Businnes and Management*, 3(2), 556–571.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). ALFABETA.
- Syadiyah, K. (2024). *SKRIPSI PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW , HARGA DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MARKETPLACE SHOPEE PADA GENERASI Z BANDAR JAYA Oleh : KHALIMATU SYADIAH Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM*.
- 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>
- Widodo, A. (2025). *Bauran Pemasaran* (A. Charolina (ed.)). PT Penerbit Naga Pustaka.