

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Jogiyanto. 2019. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Andi. Yogyakarta
- Aditya, F.E. 2021. Peran Implusive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah*. 6(2): 75.
- Agustin, N.A. 2023. Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop: Survei Konsumen Produk Skintific Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. 3(3): 137-152.
- Akdon, dan Ridwan. 2013. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Akpyomare, O.B., L.P. Adeosun., dan R.A. Ganiyu., 2012. The Influence Of Product Attributes On Consumer Purchase Decision In The Nigerian Food And Beverages Industry: A Study Of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and management*. 1(4): 196-201.
- Alma, dan Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amin, D.E.R., dan K. Fikriyah., 2023. Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 7(1).
- Anastasia, U. dan Y, Nurendah. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 2(2): 181-190.
- Apriadi, D. dan A.Y. Saputra. 2017. E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*. 1(2): 131-136.
- Auliya, Z. F., M.R.K. Umam., dan S.K. Prastiwi., 2017. Online Costumer Reviews (Ocrs) Dan Rating: Kekuatan Baru Pada Pemasaran Online Di Indonesia. *Ebbank*. 8(1)8: 9-98.
- Aziz, F.N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aicos produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints w6dt5, Center for Open Science*.
- Baum, F. 2012. *Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa)*. Erlangga. Jakarta.
- Cenfetelli, R. dan I. Benbasat., 2019. The Influence Of E-Commerce Live Streaming On Lifestyle Fit Uncertainty And Online Purchase Intention Of Experience Products. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Cheung, C.M. dan D.R. Thadani., 2012. The Impact Of Electronic Word-Of-Mouth Communication: A literature analysis and integrative model. *Decision support systems*. 54(1): 461-470.
- Compas.co.id. 2021. Data Produk Kecantikan dan Perawatan Lokal Tahun 2021. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/>. 9 Desember 2023 (11:23)
- Compas.co.id. 2022. 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>. 9 Desember 2022 (12:45)

- Compas.co.id. 2022. 10 Jualan Paling Laris di Shopee, Beauty & Care Mendominasi!. <https://compas.co.id/article/jualan-paling-laris-di-shopee/>. 8 Nopember 2023 (14:06)
- Ernawati, D. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*. 7(1): 17-32.
- Fahmi, B.M. 2022. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Marketplace Sociolla, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan bisnis Darmajaya, Bandar Lampung. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*. 6(1).
- Fauji, D. R. 2023. Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Aerostreet pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Perpustakaan). *Edunomika*. 7(1)
- Fauzi, S. dan L.F. Lina. 2021. Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. 2(1): 21-26.
- Febriah, I. dan M.T. Febriyantoro,. 2023. Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. 7(2): 218-225
- Filieri, R., dan F. McLeay,. 2013. E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online reviews. *Journal of Research*.
- Firdaus, M. 2008. Manajemen Agribisnis, cetakan pertama. Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta.
- Fitriyana, F., M. Mustafid., dan S. Suparti,. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling. *Jurnal Gaussian*. 2(2): 99-108.
- Fitryani, F., A.S. Nanda., dan E. Aristyanto,. 2021. Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 6(2): 542-555.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, Edisi Sembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Handayani, R., B.W. Fitriadi, B., dan D.M. Pauzy,. 2022. The Influence of Social Media TikTok and E-wom Interested to Buy Soemethinc Brand and Impact on The Purchase Decision (Survey of TikTok Users in The Management Study Program of University Perjuangan Tasikmalaya) Pengaruh Media Sosial TikTok dan E-wom Te. *Journal of Indonesian Management*. 2(3): 473-482
- Hartanto, B. dan L. Indriyani,. 2022. *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. Hal 15.
- Hendryadi, H., Tricahyadinata, I., dan R. Zannati,. 2019. Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. Jakarta: LPMP Imperium
- Hidayati, N.L. 2018. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 6(2).

- <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>. Diakses pada 08 November 2023
- <https://narmadi.com/id/struktur-organisasi-perusahaan-shopee/>. Profil e-commerce Shopee. Diakses 16 Febuari 2024.
- <https://shopee.co.id/>. Penilaian produk di Shopee. Diakses 09 Desember 2023
- Indriyo, G. 2012. Manajemen Pemasaran. edisi kedua, cetakan kedua. Penerbit: BPFY–Yogyakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 1(2)
- _____. dan K.L. Keller,. 2016, *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 1(2)
- Lagita, L. dan V. Briliana,. 2018. Pengaruh Customer Satisfaction, Adjusted Expectation, Perceived Value, dan Perceived Usefulness Terhadap Online Repurchase Intention pada Pelanggan Lazada. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. 8(1): 37-48.
- Latief, F., dan N. Ayustira,. 2020. Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*. 5(3): 139-154.
- Lee, E. J. dan S.Y. Shin,. 2014. When Do Consumers Buy Online Product Reviews? Effects Of Review Quality, Product Type, And Reviewer’s Photo. *Computers In Human Behavior*. 31: 356-366.
- Maramis, F. S., J.L. Sepang., dan A.S. Soegoto., 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 6(3).
- Martini, L. K. B., E. Sembiring., dan F. Paulus,. 2022. Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*. 4(1): 15-24.
- Maryati, M. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Maslucha, L. dan N. Ajizah,. 2023. Pengaruh Live Streaming TikTok, Brand Minded dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett (Studi pada Followers Tiktok Scarlett di Indonesia). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 2(4)
- Masri, S. dan S. Efendi. 2009. *Metode Penelitian Survai*, Cetakan Kedelapan belas, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta. 3
- Mowen, J.C., dan M. Minor,. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, S.L.A., C.H. Limbong., dan D.A. Ramadhan,. 2020. Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*. 7(1): 43-53.

- Ningsih, E.S.P. 2019. Pengaruh Rating dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee. Universitas Muhammadiyah. Surakarta. *Redaksi SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 15(1).
- Nuraeni, Y.S. dan D. Irawati., 2021. The effect of online customer review, quality product, and promotion on purchasing decision through shopee marketplace (a case study of ubsi college student). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(4): 439-450.
- Nurivananda, S.M. dan Z. Fitriyah., 2023. Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z@ Scarlett_Whitening Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. 4(4): 3664-3671.
- Pratiwi, A.A. dan R. Sulistyowati., 2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Consumer Preference terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. 5(9): 3298-3304
- Pratiwi, N.R., dan E. Tjahjaningsih., 2020. Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang). *Published in Al Tijarah*. 6(3).
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. CV Pustaka Setia. 358. Bandung
- Puspitaningrum, I.A. dan D.C.A. Kadi., 2023. Pengaruh Fitur Live Streaming, Content Marketing, dan Platform Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada MS Glow Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. 5
- Putri, L. dan H. Wandebori., 2016. Factors influencing cosmetics purchase intention in indonesia based on online review. In *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science*. 255-263
- Rahmawati, A. I. 2022. 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): 18-23.
- Rahmayanti, S., dan R. Dermawan., 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.
- Ramadhan, R. F., dan E. Besra., 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-WOM pada Keputusan Pembelian Konsumen pasca Pandemi Covid-19 dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. 879-884.
- Ricky, R. dan H.D. Yudani., 2022. Analisa Penggunaan Live Streaming Dalam Audio Visual Project Video Wedding. *Jurnal DKV Adiwarna*. 1(9)
- Saleleng, N.C., C. Kojo., dan M. Karuntu., 2014. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2(3).
- Sangadji, E.M. dan Sophia. 2013. *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*.

- Saputri, S.A. dan I. Novitaningtyas,. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Among Makarti*. 15(1).
- Sari, I.R., dan H. Harti,. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *AKUNTABEL*. 18(3): 444-451.
- Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk,. 2010. *Consumer Behaviour*. Pearson.Canada
- Sekaran dan Bougie. 2013. *Research Method fo Bussiness A Skill-Building Approach, 4th ed.* John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Sitorus, O.F. dan N. Utami,. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. FKIP HAMKA. Jakarta.
- Sugiarti, D.I. dan R. Iskandar,. 2021. Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*. 1(9): 954-962.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet. Bandung
- Sujarweni, W. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Teng, S., K. WeiKhong., W. WeiGoh., dan A. YeeLoongChong,. 2014. Examining the antecedents of persuasive eWOM messages in social media. *Online information review*. 38(6): 746-768.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Andi. Yogyakarta
- Wandira, A. 2022. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation).
- Welsa, H., P.D. Cahyani., dan M. Alfian,. 2022. Pengaruh Online Customer Review, Social Media Marketing Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Marketplace. *Jurnal Manajemen*. 14(2): 416-424.
- Wibowo. 2014. *Manajemen Kinerja Edisi Keempat*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Yasmin, A., S. Tasneem,. dan K. Fatema, 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*. 1(2): 69-80. Available at: <http://researchleap.com/category/international>.
- Yusnita, A., J. Daud, dan M. Syahroni. 2017. *Membangun Web Straming Wicida TV Sebagai Media Saluran Informasi dan Edukasi STMIK WIDYA CIPTA DHARMA (Doctoral dissertation, Teknik Informatika)*. Disertasi. Teknik Informatika. STMIK Widya Cipta Dharma. Samarinda
- Zhao, X., L. Wang., X Guo., dan R. Law,. 2015. The Influence Of Online Reviews To Online Hotel Booking Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 27(6): 1343-1364.