

DAFTAR PUSTAKA

- Populix. 2022. “*The Social Commerce Landscape in Indonesia*”. Diambil dari <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>. Diakses pada Febuari 2023.
- Sinurat, R., & Sinurat, J. (2020). Pengaruh perilaku konsumen dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen mie instan merek Sedap di desa Medan Estate. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 191-197.
- Wahyuni, I. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision (Studi pada Calon Konsumen Tiktokshop di Kota Malang). Doctoral dissertation. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kompas. 2020. “Mengenal Social Commerce, Fenomena Sosial”. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/25/13300057/mengenal-social-commerce-fenomena-belanja-lewat-media-sosial?page=all>. Diakses pada 12 April 2023.
- Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Kurniawati, Lia. 2019. Pemanfaatan Teknologi Video Streaming Di LPP TVRI Jawa Barat.
- Deisy, M., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai “Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan).
- Faradiba, Besse, and Mustika Syarifuddin. "Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing." *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4.1 (2021): 1-9.
- Dhanar Intan Surya Saputra, Sitaresmi Wahyu Handani, F. R. (2017). Membangun Channel Live Streaming YouTube Sebagai Alternatif Media Promosi Perguruan Tinggi. *STMIK Amikom Purwokerto*, 116–120.

- Blech, George E., Belch, Michael A., (2017). Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw, Hill Education.
- AB. Susanto, 2014. Manajemen Strategik Komprehensif. Jakarta: Erlangga.
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Jie Cai, D. Y. (2020). Utilitarian and Hedonic Motivations for Live Streaming Shopping. 81-88.
- Cai, J., & Wohn, D. Y. (2019). Live streaming commerce: uses and gratifications approach to understanding consumers' motivation. Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/331024408_Live_Streaming_Commerce_Uses_and_Gratifications_Approach_to_Understanding_Consumers'_Motivations
- Lee, J., Park, D., & Han, I. (2008). The Effect of Negative Online Customer Review on Product Attitude: an Information Processing View. *Electronic Commerce Research and Applications* 7 (3), 341-352.
- Mudambi, S.M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon.com. *Ms Quarterly*, 34(1), 185–200.
- Kanitra, A. R. (2018). Pengaruh Country of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone). *Doctoral dissertation*, Universitas Brawijaya.
- Wandebori Harimukti dan Putri Latifa, 2016. Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based Online Review. *Journal International Conference on Ethica of Business, Economica and Sosial Science*, 1
- Kidane, T.T. dan Sharma, R.R.K. 2016. Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision Through E-Commerce.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management (Vol. 14)*. New Jersey : Person : Prentice Hall.
- Mokodompit, H. Y., Lapian, 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. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>

Nurrahmanto, P.A., 2015. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online bukalapak.com”.

Putri, Darwini, dan Dakwah. 2019. Pengaruh Trust dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee di Kota Mataram. Mataram: *JRM* Vol. 19, No. 1

Rahma, N. A., Dirgantara, I. M. B., & Almandana, A. V. (2022). Analisis Pengaruh Pesan Kelangkaan Dan Live Commerce Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pelanggan Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(4).

Rohmatulloh, Cincin dan Devilia Sari. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *eProceeding Of Management*, 8(3).

Widodo, R. (2022). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. *Skripsi (SI)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Afiyanti, Sulis (2022). Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Marketplace Tiktokshop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018). *Undergraduate Thesis*, IAIN KUDUS.

Lestari, Febr 2022. Pengaruh Fashion Involvement, ShoppingLifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Marketplaces Shopee Di Kebumen. Skripsi Universitas Putra Bangsa.

Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal manajemen dan bisnis indonesia*, 5(2), 300-312.

- Sumarwan Ujang dkk. 2011. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Dyan Erlyn Oktania & Tias Andriani Indrawati. 2022. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Compatibility Lifestyle Terhadap Niat Beli Di Social Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Universitas Negri Surabaya.
- Halaweh, M. 2018. *Cash On delivery (COD) As An Alternative Payment Method for e-commerce Transactions: Analysis and Implications*. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 10(4), pp. 1–12.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Martini, T. 2015. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Peneitian*, Vol.9, No.1. Diakses 26 November 2022.
- Zhang, M., Liu, Y., Wang, Y., & Zhao, L. (2022). How to retain customers: Understanding the role of trust in live streaming commerce with a socio technical perspective. *Computers in Human Behavior*, 127, 107052.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 117, 543-556.
- Wijaya, Shawita Fitri Novianti, et al. Pengaruh Live Shopping Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan). 2022. *PhD Thesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Elma, F., & Zeshasina, R. (2022). Pengaruh Online Review, Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi kasus pada pengguna Shopee di Kecamatan Kapur IX). *Doctoral dissertation*, Universitas Bung Hatta.
- Devi, Ilyana Asfarina. "Pengaruh Kemudahan, Layanan Rating, Gratis Ongkos Kirim, Dan Layanan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Lazada di Kabupaten Madiun)." *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 4. 2022.