

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan (2018). (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *濟無No Title No Title No Title*. July, 1–23.
- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>
- Apriani, W., & Fadilla, S. P. (2023). Analisis Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Fadilah Hariyono, D., Dyah MBA, I. P., & Ayu Paramitha, D. (2023). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA MIKRO UD. AL MUBAROKAH PARE*.
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47, 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hasanah, U., Puspasari, I. D., & ... (2022). Pengaruh Pengemasan, Harga, Dan Kualitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ud. Sambel Pecel “ Dan Bisnis (Simanis, 1(1), 647–652.
- Hidayanto, S. (2020). Eksistensi video game streaming dalam industri gaming Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 485. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.1995>
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., R, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). *Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 209-222 INOVASI: Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh citra merek , harga , kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian The influence of brand . 1(1), 209–222.*

- Ismayantika Dyah Puspasari, Sudarmiatin, & Agus Hermawan. (2022). Strategi Penguasaan Pasar Usaha Kecil melalui Pengelolaan Laba untuk Bangkit dari Kegagalan. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 53–62. <https://doi.org/10.33795/jraam.v6i1.005>
- James A.F Stoner, 2018 : 41). (1988). Landasan Teori اديدج. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13(1), 17–39.
- Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 1–7.
- Karundeng, E. F., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Erigo Di Marketplace Shopee Pada Pemuda Gmim Sion Malalayang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 873–884. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46462>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Mohamad Musa Abdullah, Dede R Oktini, & Dedy Ansari Harahap. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 736–743. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405>
- 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.
- Priowirjanto, E. S., & Munaf, C. R. (2023). Sosialisasi Tentang Aspek Hukum Dalam Kegiatan Bisnis Di Marketplace Pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Bandung. *Jurnal Kajian Budaya Dan Humaniora*, 5(2), 228–235. <https://doi.org/10.61296/jkbh.v5i2.166>
- Rahmayanti, N. P. (2023). Pengaruh Marketplace dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(1), 28. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i1.9095>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal*
- Rini, Y. S., Kurniawan, A., Ayu Paramitha, D., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Nusantara PGRI Kediri Jl Ahmad Dahlan No, U., Mojoroto, K., Kediri, K., & Timur, J. *Bisnis UNP Kediri ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA MASA PANDEMI COVID19 PADA MAWADDAH BAKERY NGANJUK*. 3, 970–977.
- Rosidah;. (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and*

Modeling, 53(9), 8–24.

- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Andri, L., Caesar, Y., Octavia, A., Indrajaya, L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E- Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147.
- Syarif dkk. (2010). Potensi Perkembangan E-Commerce dalam Menunjang Bisnis di Indonesia. *Geografi Universitas Gadjah Mada*, 2(1), 1–6.
- Wijianti, K., & Puspasari, I. D. (2021). Analisis Rasio Keuangan dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Jasa Komputer dan Perangkat Lainnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 934–940. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/816%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/816/874>