

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Suparwo, Baharridzi, F., Yuliana, W., & Handayani, R. D. (2025). *The Influence of Live Streaming and Content Marketing on Purchase Interest in the Tiktok Shop Application in Bandung City*. *Journal of Applied Business and Banking (JABB)*, 6(1), 16-24
- Anindasari, A. P., & Tranggono, D. (2023). Pengaruh *Live Streaming Tiktok* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 13-26.
- Ardianti, A. N. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-56
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online*. *Jurnal STEI*, 6(2), 89-98.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A (2019). *Management: Leading & Collaborating in a Competitive World* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy and implementation* (8th ed.). Harlow: Pearson Education
- Darmawan, D. (2023). Studi empiris perilaku konsumen AliExpress: Peran *online consumer review*, *online customer rating*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian impulsif. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(1).
- Daulay, D. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di *Marketplace*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-56
- Dea Ananda, & Nurita Andriani. (2023). Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Bakoel Camilan melalui GoFood. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(4).
- Dellacorras, C. (2003). *The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms*. *Management Science*, 49(10), 1407-1424.
- Djuliana Fathurrohman, N., & Triadinda, D. (2023). *The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions for Kenan Hijab on Tiktok*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5).

- Editia, Y. D., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Rosyad, S. (2025). Pengaruh *content marketing, live streaming, online customer review* terhadap minat beli konsumen pada aplikasi media sosial TikTok (studi kasus pelanggan TikTok Shop di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(1), 165–176.
- Eliska, E. (2019). Pemanfaatan *Review Pelanggan* dalam Strategi Pemasaran *Online*. *Jurnal Manajemen Digital*, 4(1), 65-75.
- Fahrudin, M. I., & Aminah, S. (2025). Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1).
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan dan Minat Beli di *Online Marketplace*. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A233-A238.
- Filieri, R. (2014). *What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM*. *Journal of Business Research*, 67(5), 1256-1263.
- George R, Terry. (2018). Dalam Supomo. R. *Dasar-dasar Manejemen*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghosh, A. (2021). *Marketing Management*. New Delhi: Himalaya Publishing House.
- Grewal, D., & Levy, M. (2020). *Marketing* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengetian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, R. R. A. (2024). Peranan *influencer game Valorant* terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk Valorant di komunitas Valorant Indonesia. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 594.
- Istiqomah, I. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.
- James A, F. Stoner & Wankel. C. (2021). Dalam Bedjo Siswanto. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Juanim, (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed., p. 12). Pearson Education.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). *The Impact of Online Customer Reviews on Online Purchasing Decisions. Internasional Journal of Business and Social Science*, 4(1), 1-8.
- Lidiawati, H., & Dakwah, M. M. (t.t.). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi TikTok Shop di Kota Mataram. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram.
- Maulidya, N., et al. (2023). Pengaruh *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 15-25.
- Melati, F. R., Santosa, M., & Muhdiyanto. (t.t.). Pengaruh *visual merchandising* terhadap keputusan pembelian Jiniso di Shopee dengan minat beli sebagai variabel mediasi (studi empiris pengguna Shopee di Magelang).
- Nursatika, F., Handayani, Y. I., & Hidayah, T. (t.t.). Pengaruh ulasan *online, rating, beauty vlogger review* dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Hanasui di Indonesia. *Jurnal RIEMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Business, dan Akuntansi*.
- Novarini, N. N. A., & Bhegawati, D. A. S. (2020). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 327-335.

- Pransiska, L. A., Sumartik, ., & Kumala Sari, H. M. (2024). Peran kualitas produk, *online customer review*, dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada TikTokShop. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2).
- Putri Sari, D. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik di Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 120-130.
- Rahmawaty, R., et al. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen di *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 75-85.
- Rakhmawati, I., & Tari, S. (2023). Studi komparasi pengaruh *online rating* dan *online review* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *online marketplace* (Shopee dan Tokopedia). e-ISSN: 2087-5609, Vol. 3(1), 34–45.
- Riana, I. N., & Pamikatsih, T. R. (2023). *Pengaruh online customer review, online customer rating dan fitur live streaming terhadap keputusan pembelian produk fashion pada marketplace Shopee di wilayah Surakarta*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(3), 301–323.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). *Pearson Education*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer behavior* (12th ed.). *Boston: Pearson*.
- Saputri, A. S., & Ramelan, M. R. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan *Online* dan *Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *Bulletin of Management and Business*, 3(2).
- Setiantoman, H., & Wisenblit, J. Z. (2019). *Consumer Behavior: Buying Having. and Being* (12th ed.). *Pearson Education*.
- Shalsabilla Nadiansyah, et al. (2022). Pengaruh *Online Customer Rating* terhadap Minat Beli Produk Skincare.
- Suhatman, et al. (2020). Rahmawaty, R., et al. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Beli.
- Sugiyono, R., & Brata., H. (2020). *The effect of proces, brand images and after salesservice reinforced bar steel products on consumer purchasing decisions of pt. krakatau wajatama osaka steel*. *Dinasi Internasional Journal of Education Management and Social Science*, 1(6), 945-967

- Syafa'at, F., Astuti, H. J., Hidayah, A., & Innayah, M. N. (2024). Pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, kepercayaan konsumen, dan promosi terhadap keputusan pembelian masyarakat Purwokerto pengguna TikTok Shop. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1487–1496.
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-dasar Manajemen. Terjemahan : Ticoalu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2020). *Principles of Management* (p. 15). McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2012). Anindasari & Tranggono, Strategi Pemasaran (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., Diana. A. (2020). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- Udin Saripudin, (2023). Manajemen Pemasaran, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ulia, Z., Amilia, S., & Bulan, T. P. L. (2025). Dampak *influencer*, *marketing viral* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk secara online di Kota Langsa. *eCo-Fin: Economics and Financial*, 7(1).
- Wongunopparat, W., & Deng, S. (2023). *The Influence of Online Customer Reviews on Purchase Intentions: A Study of E-Commerce Platforms in Thailans*. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 17(1), 45-55.
- Wongnumopparat, S., & Deng, X. (2023). *The Impact of live streaming commerce on consumer purchase intention*. *Journal of Business Research*, 156, 113-127.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2024). Surjono et al. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zhang, Y., et al. (2023). Zam Zami. *The Impact of Online Customer Reviews on Consumer Purchase Decisions*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 24(3), 200-215.
- Jomgeek, (2018). Statistik pengguna internet sehingga 2018.
- Goodstats, (2024). 185,3 juta pengguna internet tercatat di Indonesia pada 2024.

DataIndonesia.id. (2024, 13 Agustus). Kumpulan data seputar *e-commerce* di Indonesia.

Tempo.co. (2024). Prediksi angka pengguna *e-commerce* di Indonesia 2024.

Katadata, (2023). Indonesia jadi penyumbang ke Shopee pada 2023.

Katadata, (2023). Ini produk yang paling banyak di beli di *e-commerce*.

Detik.com, (2023). 15 *brand* kecantikan lokal. ada skincare hingga makeup.

Compas.co.id, (2023). *Brand body lotion* terpopuler.