**DAFTAR PUSTAKA**

Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, *07*(01), 1–11. Https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie/Article/View/8056

Asyraf, J. A., Melyanti, E. D., Turgarini, D., & Ningsih, C. (2022). Tren Live Streaming Di Platform E-Commerce: Seni Berkomunikasi Dalam Memberi Efek Persuasif Pada Customer. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *3*(2), 4745–4750.

Christoper, N., & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Go Food Dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (Jpdk)*, *4*(6), 6484–6492. Https://Doi.Org/10.31004/Jpdk.V4i6.9334

*Dumisa Afsa Meliyanti*. (2020).

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (P. 490). Badan Penerbit Undip.

Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *4*(4), 558–572. Https://Doi.Org/10.31842/Jurnalinobis.V4i4.205

Hasanah, N., Syahrudin, H., & Kuswanti, H. (2023). *Volume 12 Nomor 5 Tahun 2023 Halaman 1491-1497 Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui*. *12*, 1491–1497.

Iskandar Yahya Arulampalam Kunaraj P.Chelvanathan, A. A. A. B. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Untuk. In *Journal Of Engineering Research*.

Ivan, M., & Nasir, M. (2024). *Economics And Digital Business Review Pengguna Internet Di Indonesia*. *5*(1), 435–441.

Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (N.D.). *Pengaruh Online Consumer Review, Potongan Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Game Pada Aplikasi Steam*. 7823–7830.

Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, *10*(13), 38–51. Www.Indotelko.Com

Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, *2*(1), 1–7.

Lee, C. H., & Chen, C. W. (2021). Impulse Buying Behaviors In Live Streaming Commerce Based On The Stimulus-Organism-Response Framework. *Information (Switzerland)*, *12*(6), 1–17. Https://Doi.Org/10.3390/Info12060241

Mada, T. (2024). *Pengaruh Live Streaming Shopping Oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop ( Survei Pada Shopper Live Streaming @ Louissescarlettfamily )*. *8*, 87–97.

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *9*(4), 439–450. Https://Doi.Org/10.35145/Procuratio.V9i4.1704

Rahmawati, R., & Suwarni, E. (2023). Ulasan Produk Dan Jumlah Produk Terjual Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Dimmensi*, *3*(1), 46–53.

Rahmawaty, I., Sa’adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *6*(2), 80. Https://Doi.Org/10.30587/Jre.V6i2.5956

Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *3*(5), 927–944. Https://Doi.Org/10.47467/Elmal.V3i5.1179

Rosniati, R., Heriyadi, H., Afifah, N., Pebrianti, W., & Setiawan, H. (2023). The Influence Of Live Streaming Shopping, Online Customer Reviews, And Affiliate Marketing On Impulse Buying Trought Customer Trust In E-Commerce Shopee. *International Journal Of Applied Finance And Business Studies*, *11*(3), 460-472.

Sirait, N. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Cosmetics Di Desa Skripsi Oleh : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Ra*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (Ed.)).

Suhyar, S. V., & Pratminingsih, S. A. (2023). Skintific Skincare Products Pengaruh Live Streaming Dan Trust Terhadap Impulsive Buying Dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, *4*(2), 1427–1438.

Tryeana, E., Aprilian, Y., & Khairuddin, H. (2023). *Influence Online Customer Review Of Consumer Purchase Decisions In Marketplace Shop In Shopee*. *1*(1), 21–27. Https://Doi.Org/10.11591/Jumpe.V99i1.Paperid

Wahyudi, T., & R, B. H. (2019). Online Customer. *Jurnal Riset Manajemen*, *19*, 1–7.

Wibisono, H., Wijaya, K. E., Andreani, F., Perhotelan, P. M., & Petra, U. K. (2021). Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap. *Jurnal Hospitality Dan …*. Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Perhotelan/Article/View/11502%0ahttp://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Perhotelan/Article/Viewfile/11502/10110

Yulia, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran\_Compressed.Pdf* (Issue April, P. 79).