

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, D.E.R. and Fikriyah, K. (2023) 'Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim', *Jurnal Edunomika*, 07(01), pp. 1–11. Available at: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>.
- Andhika, M.H.R. *et al.* (2022) 'Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi', *Jurnal Cyber PR*, 2(2), pp. 107–118. Available at: <https://doi.org/10.36085/jsikom.v3i2.4135>.
- Andriani, A. and Haryanto, J. (2023) 'Pengaruh Metode Pembayaran Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Kota Depok', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2775–2615), p. 10. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>.
- Andriani, E.R. (2022) 'Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada', *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), pp. 297–301.
- Anggraini, W., Permatasari, B. and Putri, A.D. (2022) 'Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Shopee', *Manajemen*, 11(02), pp. 86–96.
- Anugrah, R. *et al.* (2023) 'Pengaruh Online Customer Review, Persepsi Risiko, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Online Di Tiktok Shop', 07(02), p. 2023.
- Fadhila, A. and Nurtantiono, A. (2024) 'Pengaruh Celebrity Endorse , Live Streaming , dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Shopee', *Widya Manajemen*, 6(1), pp. 56–70.
- Fathurrohman, D. *et al.* (2023) 'The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Kenan Hijab on Tiktok Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), pp. 6320–6334. Available at: <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>.
- Febriah, I. and Febriyantoro, M.T. (2023) 'Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), pp. 218–225. Available at: <https://doi.org/10.31294/eco.v7i2.15214>.
- Hakim, A.F., Rachma, N. and Normaladewi, A. (2019) 'Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)', *e – Jurnal Riset Manajemen*

*Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, 12(02), pp. 221–232.

- Hastriana, A.Z., Rara, A. and Wildani, B. (2024) ‘Pengaruh Customer Rating , Promosi Flash Sale , COD , dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee’, *Journal of Islamic Economics*, 2(December 2023), pp. 86–100.
- Imanudin, I.N. and Sulhan, M. (2023) ‘Pengaruh Live Streaming, Konten Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sweaterpolos.Id Diaplikasi Tik Tok (Studi Terhadap Konsumen Sweaterpolos.Id)’, *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), pp. 866–876.
- Juliana, H. (2023) ‘Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop’, *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(6), pp. 1517–1538. Available at: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>.
- Khairul, F. and Trianita, M. (2023) ‘Pengaruh Live Streaming Dan Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian’, *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 24(4). Available at: <https://doi.org/10.1038/s41567-018-0127-7>.
- Khutba, A.T. and Islamuddin, I. (2022) ‘Pengaruh Harga Dan Layanan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Semidang Alas Kabupaten Seluma)’, *SEMB-J: Sharia Economic Management Business Journal*, 3(2), pp. 49–59.
- Maulidya Nurivananda, S. and Fitriyah, Z. (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*, 4(4), pp. 3664–3671. Available at: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Mayangsari, M. and Aminah, S. (2022) ‘Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo’, *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), p. 498. Available at: <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>.
- Mokodompit, H.Y., Lopian, S.L.H.V.J. and 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), p. 975. Available at: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>.

- Mutmainna, N. *et al.* (2024) '(Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok)', *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), pp. 255–268. Available at: <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.394>.
- Nuraini, I. *et al.* (2023) 'Pengaruh Tiktok Live Streaming, Sales Promotion, Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Produk Pada E-Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus pada Generasi Z Dikota Madiun)', *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)* [Preprint], (September).
- Palullungan, F., Soegoto, A.S. and Rogi, M.H. (2023) 'Pengaruh Content Marketing, Sistem Cash on Delivery (Cod) Dan Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi', *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), pp. 1169–1178. Available at: <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52320>.
- Putri, C.A.P., Subagyo and Widodo, W. (2023) 'Pengaruh live streaming, online customer review dan cashback promotion terhadap minat beli produk pada fitur Tik Tok shop', *Simposium Manajemen dan Bisnis (SIMANIS)*, 2, pp. 189–198. Available at: <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3182>.
- Putri *et.al* (2023) 'Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tik Tok Shop Desita', *Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), pp. 68–90.
- Rahmayanti, S. and Dermawan, R. (2023) 'Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Tik Tok Shop di Surabaya', *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), pp. 337–344. Available at: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>.
- Ramadhan, K., Ramadhan, R.R. and Hardilawati, W.L. (2023) 'Pengaruh Gratis Ongkir , Discount , Dan Pembayaran Cash on Delivery ( COD ) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Universitas Muhammadiyah', *SNEBA : Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi*, 1, pp. 588–601.
- Setyawan, R.A. and Marzuki, Y. (2018) 'Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Peajar', *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMUS 2018*, pp. 185–191.
- Shadrina, R.N. and Sulistyanto, Y. (2022) 'ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING , INFLUENCER , DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ( Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang )', *DIPONEGORO JOURNAL OF*

*MANAGEMENT*, 11, pp. 1–11.

Titasari, S., Basalamah, M.R. and Ramadhan, T.S. (2023) ‘Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA)’, *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), pp. 1530–1540. Available at:  
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20337/15116>.

