

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, H. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(2), 597-610
- Ahyar, H. (2020). Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif (1st ed.). Pustaka Ilmu Group.
- Andrea, L. (2021). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-commerce Tertinggi di Dunia* (2021). Diakses pada 28 Februari 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Baba, M. A. (2017). Analisis data penelitian kualitatif. Penerbit Aksara Timur.
- Berita Terkini (2022). Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia. Berita Terkini. Diakses pada 13 Mei 2024 dari <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>
- D, Aktarina. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Lipstik Trend 2016 Sariayu Pada Martha Tilaar Shop Palembang Icon Mall dan Martha Tilaar Shop Palembang Indah Mall. *Jurnal Manivestasi*, 1(2), 86-98
- Desy. (2020). Pengertian Penjualan, Manfaat, dan Jenis-jenisnya. *Jurnal Bisnis Manajemen*, Diakses pada 3 Maret 2024 dari <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-penjualan-manfaat-dan-jenis-jenisnya/>
- Diah, D. (2023). Apa itu Shopee Live? Ini Pengertian dan Cara Menggunakannya. Tempo.co. Diakses pada 25 Mei 2024 dari <https://bisnis.tempo.co/read/1765072/apa-itu-shopee-live-ini-pengertian-dan-cara-menggunakannya>
- Djajadi, M. (2019). Pengantar Penelitian Tindakan Kelas (Classroom Action Research). CV Arti Bumi Intaran.
- Giyats, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 9-17
- Hartono, J. (2018). Metoda pengumpulan dan teknik analisis data. Penerbit Andi.

- Kim, A.J. and Ko, E. (2012) Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65, 1480-1486. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Komariyah, Imatul, and Istiono Istiono. "PENGARUH LIVE *STREAMING*, CELEBRITY ENDORSER, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI *MARKETPLACE* (STUDI PADA MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS UNIVERISTAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)." *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi* 4.3 (2024): 19-38. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2301>
- Kotler, P. (2000). Prinsip-prinsip pemasaran manajemen. Prenhalindo.
- Kotler, P. (2007). Manajemen pemasaran di Indonesia: Edisi pertama. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). Manajemen pemasaran (13th ed.). Erlangga
- Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Morales Reyes, C. A., Prochotta, A., Steinbrink, K. M., & Berger, E. S. C. (2020). Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00190>
- Latief, F., Dirwan, Rizal, F. (2024). Evolution of Consumer Behavior in the Digital Era and Its Implications for Marketing Strategies.
- Lestari, S. R. I. (2021). Pengaruh live *streaming*, brand awareness, desain web, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Jakarta Pusat.
- Lu, Y., He, Y., & Ke, Y. (2023). The influence of *e-commerce* live *streaming* affordance on consumer's gift-giving and purchase intention. *Data Science and Management*, 6(1), 13-20.
- Mai, X., Ahmad, F. S., Xu, J. (2023). A Comprehensive Bibliometric Analysis of Live Streaming Commerce: Mapping the Research Landscape.
- Mindiasari, Priharsari, Purnomo (2023). Eksplorasi Pengaruh *Live shopping* terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode

Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039-1042

- Murniati, D. (2024). Fitur terbaik Shopee. Kledo. Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://kledo.com/blog/fitur-terbaik-shopee/>
- Pink, M., & Djohan, N. (2021). Effect Of Ecommerce Post-Purchase Activities On Customer Retention In Shopee Indonesia. *Enrichment : Journal of Management*, 12(1), 519-526. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i1.259>
- Pramuwidyantoro, F. (2024). *Live shopping*: Promosi Produk dengan Trend Terbaru. whello.id. Diakses pada 08 Maret 2024 dari <https://whello.id/tips-digital-marketing/live-shopping/>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 1-10
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh live *streaming*, content marketing, dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337-344.
- Rangkuti, F. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza,P (2023). Promosi Penjualan: Manfaat, Jenis, dan Contoh Strategi. Diakses pada 15 Maret 2024 dari <https://www.goalaplus.com/media/bisnis-dan-strategi/pemasaran/promosi-penjualan/>
- Riotama, R. (2022). *Proses Penginputan Data Penjualan Bahan Baku Utama Seragam Olahraga Pt. Ghanitex Indonesia*.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi pemasaran menggunakan fitur Shopee Live *streaming* sebagai media promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen: Studi kasus thrift shop di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Septiani, F. (2018). Pengaruh promosi dan produk terhadap minat beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta). *Jurnal Madani*.
- Silitonga, Susilawati, & Nasution, W.F. (2024). Pengaruh fitur live dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada pelanggan *e-commerce*

- Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 347-353.
<https://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/article/view/1867>
- Sugiharto, *Memanfaatkan E-commerce Dengan Benar* (2022). Diakses pada 15 Maret 2024 dari
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swifithub. (2024). Cara Melakukan Live Shopee untuk Tingkatkan Penjualan. Swifithub. Diakses pada 02 Juni 2024 dari
<https://swifithub.sirclo.com/blog/cara-melakukan-live-shopee-untuk-tingkatkan-penjualan>
- Tania, C. (2018). Implementasi Strategi Dinas Pariwisata kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan.
- Tukey, J. W. (2020). *Exploratory Data Analysis*. Pearson Modern Classics series
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications. DOI: 10.4135/9781071803484.
- Wahyuni, N. (2014). IN-DEPTH INTERVIEW (WAWANCARA MENDALAM). Quality Management Center BINUS University. Diakses pada 21 Februari 2024 dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam/>
- Yasmin, M., Adialia, Alfariji, M., Ramdhani, Fajar, Q. (2024). Analisis Efektivitas Pemberian Diskon Saat Shopee Live pada Produk Makanan Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Vol 3 (1) 2024*: 128-135.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/16492>
- Zawahri, A. (2021). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru. Kompasiana. Diakses pada 8 Maret 2024 dari
<https://www.kompasiana.com/alipzawahri/6065e7fbd541df7938215c82/perkembangan-teknologi-komunikasi-dan-media-baru>
- Zhang, W., Jesica, J., Hertianto, H., Gautama, W., & Yanto, E. (2022). Pengaruh live selling dalam peningkatan niat beli pada remaja. *Management, Business, and Accounting (MBIA)*, 21(3).