

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. F. I. M. S. Ni Putu Aprilia Dewi, “Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee,” 2023.
- [2] A. Khairunnisa Ginting and K. Harahap, “PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA LIVE STREAMING MARKETING SHOPEE LIVE (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan),” *JOSR: Journal of Social Research Juli*, no. 8, pp. 500–506, 2022, [Online]. Available: <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- [3] S. Rohaya, “INTERNET: PENGERTIAN, SEJARAH, FASILITAS DAN KONEKSINYA,” 2008. [Online]. Available: <http://dhani.shingcat.com>,
- [4] Yuli Nurhanisah, “Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi.” Accessed: Jun. 05, 2024. [Online]. Available: <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- [5] KKBI, “Pengertian Faktor,” <https://kbbi.web.id/faktor>.
- [6] Y. H. S. Al-Mamary, “Understanding the use of learning management systems by undergraduate university students using the UTAUT model: Credible evidence from Saudi Arabia,” *International Journal of Information Management Data Insights*, vol. 2, no. 2, Nov. 2022, doi: 10.1016/j.jjime.2022.100092.
- [7] J. L. Kenneth_C.Laudon, *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital (Edisi 13)*. Salemba Empat - Jakarta, 2014.
- [8] I. K. Khafidatul Ilmiyah, “Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO,” 2020, [Online]. Available: <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

- [9] N. H. Lubis, R. W. Asmara, A. L. Tambunan, and M. D. Yusuf, "Pemanfaatan *e-commerce* Dalam Optimalisasi Penjualan pada UMKM Keripik Sambal Sidempuan Al Fatih".
- [10] RR. GETHA FETY DIANARI, "PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA."
- [11] A. Deananda, P. Budiastuti, and D. Muid, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)", [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [12] E. Hermawan, "Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada *E-commerce* Shopee Indonesia," vol. 1, no. 1, 2023, doi: 10.38035/jkmt.v1i1.
- [13] A. R. Amallia and S. Syaefulloh, "Pengaruh Fitur Live Shopee dan Product Browsing terhadap Online Impulsif Buying melalui Shopping Enjoyment pada Produk Fashion (Studi Empiris pada Mahasiswa Pelanggan *E-commerce* Shopee di Kota Pekanbaru)," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 17, no. 6, p. 3809, Nov. 2023, doi: 10.35931/aq.v17i6.2815.
- [14] SITI ROCHMAH INDAH LESTARI, "PENGARUH LIVE STREAMING, BRAND AWARENESS, DESAIN WEB DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA PUSAT."
- [15] Z. Yuddin and R. Musfikar, "Analisis Efektifitas Video Live Streaming Sebagai Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada SMK Negeri 2 Lhokseumawe Analysis Of Video Effectiveness Live Streaming As A Multimedia Based Learning On SMK Negeri 2 Lhokseumawe," *Journal of Informatics and Computer Science*, vol. 6, no. 1, 2020.

- [16] S. Siti sopiah and K. Midisen, “Analisis Strategi Marketing Live Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 1, p. 598, Mar. 2024, doi: 10.29040/jiei.v10i1.12325.
- [17] R. Risnawati and N. Chamidah, “PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN,” *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [18] S. Rahmayanti and R. Dermawan, “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya,” *SEIKO : Journal of Management & Business*, vol. 6, no. 1, pp. 337–344, 2023, doi: 10.37531/sejaman.v6i1.2451.
- [19] I. Rahmawati, L. Sa’adah, and L. Musyafaah, “PENGARUH LIVE STREAMING SELLING, REVIEW PRODUCT, DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE,” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, vol. 6, no. 2, p. 80, Aug. 2023, doi: 10.30587/jre.v6i2.5956.
- [20] Anisa, R. Risnawati, and N. Chamidah, “PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN,” *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [21] M. I. S. H. A. H. M. J. D. I. Siti Aisyah, “PENGENALAN E-COMERCE SHOPEE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN BASRENG SUA SNACK TEMBUNG MEDAN INTRODUCTION OF SHOPEE E-COMERCE IN AN EFFORT TO INCREASE SALES OF BASRENG SUA SNACK TEMBUNG MEDAN,” 2023. [Online]. Available: <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/sejahtera13>
- [22] I. B. Suryanatha, “Studi Kasus Tik-Tok Affiliate Sebagai Wajah Baru Consumer To Consumer (C2C) Dalam Ranah Ekonomi Digital,” 2023. [Online]. Available: www.kompas.com,

- [23] M. E. M. M. A. M. E. L. A. R. M. E. Dewi Sartika Nasution, *Ekonomi Digital*. 2019. [Online]. Available: www.sanabil.web.id
- [24] Rahma Dini Aulia, Najwa Khoerunissa, and Abdul Yusuf, “Pengaruh Fitur Shopping Live Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi Shopee.,” *Economic Reviews Journal*, vol. 3, no. 3, Sep. 2024, doi: 10.56709/mrj.v3i3.292.
- [25] M. G. M. G. B. D. F. D. D. Viswanath Venkatesh, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” Accessed: Mar. 04, 2025. [Online]. Available: <https://doi.org/10.2307/30036540>
- [26] N. Safitri, “Cara sitasi: Safitri N. 2020. Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Delone & McLean pada Sistem Informasi Pengelolaan Proyek,” *Informatics for Educators and Professionals*, vol. 4, no. 2, pp. 173–182, 2020.
- [27] A. Dedi Subagja and I. Henri Kusnadi, “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Pemandian Air Panas Ciater Spa Resort,” 2019. [Online]. Available: <http://ejournal.unsub.ac.id/index.php/bisnis>
- [28] L. Khotimah Harahap, “Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh.”
- [29] M. Ernawati, E. Heni Hermaliani, D. Nur Sulistyowati, S. Nusa Mandiri Jl Kramat Raya No, and J. Pusat, “Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile.”
- [30] M. Zhou, J. Huang, K. Wu, X. Huang, N. Kong, and K. S. Campy, “Characterizing Chinese consumers’ intention to use *live e-commerce* shopping,” *Technol Soc*, vol. 67, Nov. 2021, doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101767.
- [31] J. H. Yam and R. Taufik, “Hipotesis Penelitian Kuantitatif,” vol. 3, no. 2, 2021.
- [32] D. Andryan Putra, “Pengaruh Pelatihan Kerja, Motivasi Kerja, dan Employee Engagement Terhadap Kinerja Tenaga Ahli Fraksi X DPR RI”.
- [33] Nina Nurdiani, “Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan”.

- [34] E. A. D. Yuni Septiani, “ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus _ Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru)”.
- [35] H. Utarsih, I. Rezana, I. Anjani, S. Ekuitas Bandung, and A. University, “PENGARUH BRAND TRUST DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SABUN MANDI CAIR LIFEBUOY DI BANDUNG,” vol. 19, no. 2, p. 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- [36] A. H. Suasapha, “SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK,” *JURNAL KEPARIWISATAAN*, vol. 19, no. 1, pp. 26–37, Mar. 2020, doi: 10.52352/jpar.v19i1.407.
- [37] Imam Ghozali, “Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.”
- [38] B. Ajar *et al.*, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 2021.
- [39] M. S. Audrey Josephine dan Dhyah Harjanti S.E., “Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bagian Produksi Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Trio Corporate Plastic (Tricopla),” 2017.
- [40] H. Puspasari, W. Puspita, A. Farmasi Yarsi Pontianak, and K. Barat, “Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards Elections Health Supplements in Facing Covid-19,” Online. [Online]. Available: <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>
- [41] P. S. Mustafa, “Statiska Inferensial Meliputi Uji Beda dalam Pendidikan Jasmani : Sebuah Tinjauan,” *DIDAKTIKA : Jurnal Pemikiran Pendidikan*, vol. 28, no. 2(1), p. 71, Sep. 2022, doi: 10.30587/didaktika.v28i2(1).4166.

- [42] C. Ratnasih and S. Nurjanah, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAP SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERUMAHAN PEKAYON BEKASI SELATAN,” 2019. [Online]. Available: www.topbrand-award.com
- [43] Irwan and Khaeryna Adam, “METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone).”
- [44] A. Nur, S. Fatihanisya, and S. D. Purnamasari, “Penerapan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2 Terhadap Perilaku Pelanggan *e-commerce* Shopee Indonesia Di Kota Palembang,” *Journal of Information Systems and Informatics*, vol. 3, no. 2, 2021, [Online]. Available: <http://journal-isi.org/index.php/isi>
- [45] N. S. Desvira and M. F. Aransyah, “Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model,” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 12, no. 2, pp. 178–191, Jun. 2023, doi: 10.32736/sisfokom.v12i2.1594.
- [46] R. Gabrie Apriani, D. K. Respati, and D. Handarini, “THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, AND TRUST ON INTENTION TO USE OF MOBILE BANKING,” *SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS*, vol. 3, no. 1, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.transpublika.com/index.php/JHSSB/>
- [47] F. M. Fathurahman, “PENGARUH PELATIHAN SDM DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN DISIPLIN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ATTARAKHA PHOTOGRAPHY BANDUNG,” vol. 2, no. 1, 2020, doi: 10.31933/JEMSI.
- [48] M. R. Ab Hamid, W. Sami, and M. H. Mohmad Sidek, “Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT

- Criterion,” in *Journal of Physics: Conference Series*, Institute of Physics Publishing, Sep. 2017. doi: 10.1088/1742-6596/890/1/012163.
- [49] Z. Y. Pamungkas and A. Sudiarno, “IMPLEMENTASI MODEL UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) UNTUK MENGANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO,” vol. 9, no. 3, pp. 569–578, 2022, doi: 10.25126/jtiik.202296047.
- [50] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Q*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [51] I. Rahmawaty, L. Sa’adah, and L. Musyafaah, “PENGARUH LIVE STREAMING SELLING, REVIEW PRODUCT, DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE,” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, vol. 6, no. 2, p. 80, Aug. 2023, doi: 10.30587/jre.v6i2.5956.
- [52] L. L. Hafifah, N. W. Utami, and I. Gst. A. P. Dwi Putri, “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION DAN USER BEHAVIOR PADA FINTECH SHOPEEPAY MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT),” *Jurnal Akuntansi Bisnis*, vol. 15, no. 2, Aug. 2022, doi: 10.30813/jab.v15i2.3574.
- [53] D. Insani Saibil and M. Fathul Romadoni, “NIAT DAN PERILAKU MAHASISWA DI INDONESIA UNTUK BERTRANSAKSI ZISWAF SECARA DIGITAL MELALUI LAYANAN M-BANKING SYARIAH.”
- [54] E. P. G. E A F Alfa’izy, “(Mobile Payment Adoption in Generation Z Using Extended Unified Technology Acceptance and Use of Technology),” 2023.

Halaman ini sengaja dikosongkan