

DAFTAR PUSTAKA

- Abud, A. A., Abi, B., Acciarri, R., Acero, M. A., Adames, M. R., Adamov, G., & Calcutt, J. (2022). Design, construction and operation of the ProtoDUNE-SP Liquid Argon TPC. *Journal of Instrumentation*, 17(01), P01005.
- Afriansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Modern*. Jakarta: Kencana
- Ahyar, Hardani, Andriani, Helmina Sukmana, Dhika Juliana, & Hardani, S.Pd., M.S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Ilmu Grup
- Akbar, T.O. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood di Layanan Aplikasi Grab Di Kota Bandung. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 4(01), 20-28.
- Anisa, A., Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143.
- Antara News. (2025). *Top 10 Brand*. Diakses dari: <https://www.antaraneews.com/berita/4638393/shopee-raih-predikat-brand-terbaik-2025-di-indonesia-versi-yougov>
- Astuti, D., & Salisah, F. N. (2016). Analisis kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode e-servqual (studi kasus: Lejel home shopping pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 44-49.
- Cube Asia. (2025). *Pangsa Pasar e-commerce Di Indonesia*. Diakses dari: <https://www.cube.asia.com/>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Devanny et al. (2022). Pengaruh *Content Marketing, Colaborasi Brand* dan Minat Beli Kepada Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Ilmu Multidisiplin* Vol: 3, No. 2(2024).
- Fandy Tjiptono. (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Dealer Yamaha Deta Group Cabang Merdeka Bandung. *Jurnal Competency Of Business: Universitas Cokroaminoto Yogyakarta*.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023) Pengaruh *Live Streaming dan Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di TikTok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6320-6334.
- Fathurrohman et al. (2023). Pengaruh *Live Streaming, Harga, dan Personal Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Nasional, Manajemen Pemasaran dan Sumber Daya Manusia: Vol 5, No. 1(2024)*.
- Fitriah, N. L., & Budiayanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Friday Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(3).e-ISSN: 2461-0593

- Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, L. S., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan digital *marketing* terhadap kepuasan pelanggan produk MS Glow Beauty. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 135-145.
- Huda et al. (2021). Pengaruh Potongan Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* Terhadap Minat beli Konsumen Pada Aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* Vol: 10 No. 3(2024), Hal 2101-2109.
- Infografis Populix. (2025). Preferensi Konsumen *Live Streaming*. Diakses dari: <https://info.populix.co/articles/category/business/>
- Jannah, M & Mufidah, M. (2023). Manajemen Rekrutmen dan Seleksi Guru Bahasa Arab di Pondok Tahfizh Putri Darul Mubarak Curup. *Jurnal Manajemen Dewantara*: Vol 7, No. 1, 52-59.
- Kotler, Philip. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran, Penerj.). Jakarta: Erlangga.
- Kumar, A., Vema, V. K., Kurian, C., Thomas, J., & Sudheer, K. P. (2021). A decision support system for the identification of critical zones in a watershed to implement land management practices. *Stochastic Environmental Research and Risk Assessment*, 35, 1649-1664.
- Kurniastuti, C., Septiani, L., & Yuliyzar, I. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Live Streaming*, dan *Content Creator* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace TikTok Shop*. *Jurnal Ekonomi*, 13(2).
- Luo, Z. (2024). *The Impact of Short Videos and Live Streaming on E-Commerce Consumers Purchasing Decisions*. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 114(1), 18-26
- Mahardini et al. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal Di *TikTok Shop*. *Jurnal Mirai Management* : Vol 8 Issue 3(2023) Pages 326-341.
- Marthadinata & Ritonga. (2024). Pengaruh Harga dan Digital *Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Puncak Lawang. *Jurnal penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*: Vol 3, No. 2(2025).
- Maslucha & Ajizah. (2023). *Content Marketing*, *Live Streaming* dan *Online Customer Review On Fashion Produc Purchase Decisions*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol. 12, No.2: 293-3-7.
- Misbakhudin, A., & Komaryatin, N. (2023). Pengaruh *Content Marketing*, *Live Streaming*, dan *Online Customer Reviews* Pada Keputusan Pembelian Produk *Fashion*. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 293-307.
- Mulyani, S., Amilia, S., & Indah, D. R. (2024). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Niagawan*, 13(3), 1-10.

- Nada et al. (2023). Pengaruh Fitur *Live Streaming* dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada TikTok Shop. *Idarah Jurnal Manajemen Pemasaran* : Vol. , No. 2(2024) PP.51-59.
- Nada, F., Ramdhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), ISSN: 3026-1813
- Nigar dan Gregorius (2018). Analisis Strategi Pasar *Content Marketing* Untuk Mempertahankan *Brand Enggement*. Vol. 10 No.2. *Jurnal Komunikasi*.
- Nizamuddin et al. (2024). Strategi Manajemen Perencanaan dan Pengorganisasian *The Room 19. Trends In Library Development*: Vol 6 Issue 1(2025).
- Nurivananda, S.M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial TikTok (Studi Pada Generasi Z @Scarlett_Whitening. *Jurnal (MSEJ)* 4(4) 3664-3671.
- Oktaviano, B., Wulandari, D.S., & Priyani, A. (2020). *Cost of Production, Cost of Operation, and Net Sales to Net Profit*. *Indonesia Journal Economic & Management Sciences (IJEMS)*: Vol No. 2, 45-58.
- Putra, A., Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh *Live Streaming* , *Content Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin SH Kota Bengkulu* Vol. 13 No. 2, Hal 133-142
- Quintania, M., & Arifin, M.D. (2025). *Intergration of OHSMS and marketing strategies in shipbuilding: Literature review and its implications on productivity. International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, 10(2), 376-386
- Rahman. (2019). Pengaruh *content marketing* pengguna tiktok terhadap keputusan pembelian pada shopee dimediasi minat beli konsumen. *Widya Amrita Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* Vol: 4. No 2(2024) hal 212-220.
- Ramadhan, B., & Lailla, N. (2024). Pengaruh *Content Marketing*, *Live Streaming* dan *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee* (Studi Pada Produk *Fashion Erigo*). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, Vol. 1, No. 2, hlm. 94-114.
- Redaksi Radar Kediri. (2025). Hasil Riset IPSOS Shopee Unggul Berikan Pengalaman Belanja Holistik Paling Memuaskan Untuk Konsumen. Diakses dari: <https://radarkediri.jawapos.com/nasional/784789556/hasil-riset-ipsos-shopee-unggul-berikan-pengalaman-belanja-holistik-paling-memuaskan-untuk-konsumen?page=2>
- Resa, N. A., & Andjarwati, A. L. (2019). Kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 1029-1036.
- Rezqiqi & Alimuddin. (2024). Pengaruh *Flash Sale*, *Live Streaming* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*: Vol 5, No. 1
- Rahmawati & Dermawan. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*

- Rifani et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal kewirausahaan* : Vol 10. No 2(2023).
- Saputra & Fadhilah. (2022). Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian dengan *E-Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi TikTok. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*: Vol. 5, No. 5(2024).
- Sari, W. P., Irena, L., Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2024). Komunikasi Persuasif Influencer dalam Promosi Destinasi Wisata. *Transformasi Komunikasi Digital Menuju Indonesia Berkelanjutan: Tren dan Masa Depan Komunikasi Digital*.
- Sasmitha & Melani Quintania. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, Vol. 20, No. 1, hlm. 26-38.
- Similar Web. (2025). Jumlah Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Timur. Diakses dari: <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#social-media>
- Sudariana & Yoedeni. (2022). *Analisis Statistik Regresi Linier Berganda*. Seniman Transaction: Vol 2 No. 2, 1-11.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- The Straits Times*. (2024). *Shopee Parent Sea Books Second Consecutive Year Of Profits, Driven By Strong E-Commerce Demand*. Jakarta Timur. Diakses dari: <https://www.straitstimes.com>
- Utami, D. F. T., & Ahmadi, M.A. (2024). Pengaruh *Fitur Live Streaming* dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *TikTok Shop*. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 51-59.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.Ssouza. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso. *Braz Dent J*, 33(1), 1-12.
- Verma, A., & Kumar, S. (2021). *Emerging Business Practices And Trends During COVID-19*. Book Rivers.
- Wajiyono. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang Dimediasi Kepuasan Peserta Pelatihan Pada Badan Pendidikan dan Pelatihan DIY. Tesis. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, P., Chu, J., Wang, H., & Wattenhofer, R. (2022). How Live Streaming Changes Shopping Decisions In E-Commerce: A Study Of Live

Streaming Commerce. Computer Supported Cooperative Work: CSCW: An International Journal, 31(4), 701–729. <https://doi.org/10.1007/S10606-022-09439-2>

Yunita et al. (2021). Pengaruhh *Content Marketing* dan *Purchase Itention* Terhadap Pelanggan Shopee di Kabupaten Garut. *Analysis acounting, management, economics and business*: Vol 2, No.1(2024).

