

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Amstrong, K. and G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Anggraeni, E. Y., Gumanti, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., Ridhawati, S. M. J. E., Andriyani, N., & Ridhawati, E. (2020). *Buku Ajar E-Business & E-Commerce*. Penerbit Adab.
- Antara. (2022). *Gandeng Tokopedia, ERIGO-X akan kembali melantai di New York Fashion Week - ANTARA News*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/3080757/gandeng-tokopedia-erigo-x-akan-kembali-melantai-di-new-york-fashion-week>
- Chen, Y., Lu, F., & Zheng, S. (2020). A study on the influence of e-commerce live streaming on consumer repurchase intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 48.
- CNBC Indonesia. (2022). *Orang RI Makin Doyan Belanja Online, Ini Buktinya*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221027130846-4-382969/orang-ri-makin-doyan-belanja-online-ini-buktinya>
- CNBC Indonesia. (2023). *10 Menit Kurang, Erigo-Raffi Raih Omzet Rp 5 M di Shopee Live*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230819014525-37-464243/10-menit-kurang-erigo-raffi-raih-omzet-rp-5-m-di-shopee-live>
- CNN Indonesia. (2021). *Netizen Indonesia Gencar Belanja Online Saat Pandemi*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210223113429-185-609757/netizen-indonesia-gencar-belanja-online-saat-pandemi>
- CNN Indonesia. (2023). *Kisah 3 Kreator Pecahkan Rekor Penjualan Live Shopping di TikTok Shop*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230902135122-625-993879/kisah-3-kreator-pecahkan-rekor-penjualan-live-shopping-di-tiktok-shop>
- Databoks. (2022). *Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia*. Databoks.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Databoks. (2023). *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>
- DataIndonesia. (2023). *Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- IDX Channel. (2022). *5 Brand Fashion Lokal yang Mendunia, Erigo hingga 3Second*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/milenomic/5-brand-fashion-lokal-yang-mendunia-erigo-hingga-3second>
- Kasmadi, N. S. S. (2014). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kompas. (2023a). *Ada 354 Juta Ponsel Aktif di Indonesia, Terbanyak Nomor Empat Dunia*. Kompas. <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/19/16450037/ada-354-juta-ponsel-aktif-di-indonesia-terbanyak-nomor-empat-dunia>
- Kompas. (2023b). *Kebiasaan Belanja "Online" Berlanjut meski Pandemi Melandai* - Kompas.id. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/01/09/kebiasaan-belanja-online-berlanjut-meski-pandemi-melandai>
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumparan. (2021). *Perjalanan Muhammad Sadad Dirikan Erigo, Pernah Rugi Puluhan Juta* | kumparan.com. Kumparan. <https://kumparan.com/profil-orang-sukses/perjalanan-muhammad-sadad-dirikan-erigo-pernah-rugi-puluhan-juta-1vQfwmlAFXQ?ref=register>
- Kumparan. (2022). *Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia*. Kumparan. <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan->

shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo/2

- Laudon, K C, T. (2022). *E-commerce 2021-2022: Business, Technology, Society* (16th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K., & Organization, W. H. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Chichester: Wiley.
- Mudawisika, K. (2020). *Implementasi Marketing Public Relations dalam Live Shopping Instagram Geggo Women*. 114–120.
- Nurhaliza, P., & Kusumawardhani, A. (2023). ANALISIS PENGARUH LIVE STREAMING SHOPPING, PRICE DISCOUNT, DAN EASE OF PAYMENT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi pada Pengguna Platform Media Sosial TikTok Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2740–2755.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk the body shop indonesia (studi kasus pada followers account twitter@ thebodyshopindo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Shopee. (n.d.). *Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia*. Shopee Karier. Retrieved January 12, 2024, from <https://careers.shopee.co.id/about>
- Shopee. (2024). *Optimasi Fitur Shopee Live | Pusat Edukasi Penjual [Shopee]*. Shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/18647>
- Song, C., & Liu, Y. (2021). *The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D; / Prof. Dr. Sugiyono* (23rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara mudah belajar SPSS dan LISREL: teori dan aplikasi untuk analisis data penelitian* (1st ed.). Alfabeta. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:149692777>

- Unaradjan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta. <https://books.google.co.id/books?id=DEugDwAAQBAJ>
- Variansyah, A. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Biodef melalui Tik Tok Live Shopping. *Journal of Digital Business Innovation*, 1(1), 37–48.

