

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Streaming sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1.
- Amelia, N., Sakti, D. P. B., & Mulyono, E. H. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Online Customer Review Menggunakan Media Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Manajemen Review*, 2(1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Azmi, F. N., & Sudaryana, A. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, E-service Quality, Online Consumer Reviews dan Online Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–18.
- Besse Faradiba, M. S. (2021). *Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing*. 4(April), 1–9.
- Fahma Auliya, Z., & Alfi Naiim, J. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Label Halal, dan Country Of Origin terhadap Minat Beli. *Jurnal STIE Semarang*, 13(3), 104–115.
- Fauziah, N. (2022). *Deretan Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Termasuk?* Celebrities.Id. <https://www.celebrities.id/read/deretan-negara-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-termasuk-g4T29U>
- Ferdinan. (2017). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen: aplikasi model-model rumit dalam penelitian untuk tesis S-2 & disertasi S-3*. Universitas Diponegoro.
- Fitryani, & Nanda, A. S. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Covid-19 Dalam Mendorong Minat Belanja Masyarakat Sidoarjo. *1st Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu Semnastekmu*, 1(1), 160–165.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i4.205>
- Imam, W. (2022). *Alasan Kamu Wajib Jualan di TikTok Shop*. Blog-Dealposs.Com.
- Khoirunnisa, & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan

- Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 979–984.
- Kotler, Phillip, & Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Erlangga.
- Kusumaningrum, D. A., & Wachyuni, S. S. (2020). Promo Cashback Gopay Terhadap Minat Beli Bubble Drink (Studi Kasus : Yu Cha Indonesia, Pluit). *Journal of Tourism and Economic*, 3(1), 23–30. <https://doi.org/10.36594/jtec.v3i1.51>
- Lackermair, & Georg., Kailer, Daniel, Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advance In Economic and Bussiness*, 1.
- Lestari, S. (2021). *Pengaruh live streaming, brand awareness , desain web dan brand image terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee di jakarta pusat*.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Midtrans. (2021). *Pentingnya Review Online Bagi Bisnis Anda*. Midtrans.
- Neuman, W. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Indeks.
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran The Effect of Cashback Promotion on OVO and Go-Pay Against Consumer Behavior of Padjadjaran University Faculty of Econom. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25.
- Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan E-service Quality terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739–1761. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1073>
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Universitas Islam Jakarta.
- Rendi. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli pada M61 Cafe & Eatery di Jalan Anggrek Raya Kel. Pandang Kec. Panakukkang Kota Makassar*.
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 4(2), 442–452.

<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>

- Setyawan, R. A., & Marzuki. (2018). Survei Aplikasi Live Streaming & Chat di Kalangan Pelajar. *Seminar Nasional Edusaintek Prodi Teknik Informatika Universitas Janabadra Yogyakarta*.
- Wahyudi. (2022). *Pengaruh Flash Sale, Cashback dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Muslim ( Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Aceh)*. 33(1), 1–12.