

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ayu, P. Sari, M. Alhada, and F. Habib, "Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung)," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 17, pp. 41–58, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- [2] D. E. Malla Avila, "No Title הארץ", "הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העינים", no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [3] A. M. Prajana, A. Syafikarani, and N. E. Nastiti, "Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live," *Tanra J. Desain Komun. Vis. Fak. Seni Dan Desain Univ. Negeri Makassar*, vol. 8, no. 2, pp. 145–152, 2021, [Online]. Available: <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- [4] Zaini Miftach, "濟無No Title No Title No Title," pp. 53–54, 2018.
- [5] Firda Rona Hafizhoh, Rayhan Gunaningrat, and Khabib Alia Akhmad, "Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *J. Publ. Sist. Inf. dan Manaj. Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 204–219, 2023, doi: 10.55606/jupsim.v2i3.2023.
- [6] Suparyanto dan Rosad (2020, "Perkembangan Bisnis Online," *Suparyanto dan Rosad*, vol. 5, no. 3, pp. 248–253, 2020.
- [7] R. S. Damayanti, "Pengaruh Online Customer Review and rating, E-Service Quality dan Price terhadap Minat Beli pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa Muhammadiyah Magelang)," *Pros. 2nd Bus. Econ. Conf. Util. Mod. Techonolgy*, pp. 684–693, 2019.
- [8] R. S. Jamilah and M. D. Habra, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek

Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Konsumen Studi Kasus Konsumen Produk Kosmetik Emina Di Desa Tanjung Morawa A Dusun II Kabupaten Deli Serdang),” *Movere J.*, vol. 4, no. 1, pp. 19–28, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.stie-tdn.ac.id/index.php/MV/article/download/217/176>

- [9] R. Tsaniya and N. L. W. S. Telagawathi, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt,” *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 5, no. 1, pp. 32–39, 2022, doi: 10.23887/jmpp.v5i1.34390.
- [10] N. Nonik, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Fast Fashion Brand H&M Galaxy Mall Bekasi,” *J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 1, no. 06, pp. 133–145, 2022, doi: 10.56127/jukim.v1i06.533.
- [11] Kotler, P., and K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: PT. Erlangga.
- [12] Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [13] Laudon, Traver. 2011. *Bussines. Teknology. Society (Seventh Edition)*, Person Education Limited. England: Edinbuhrgh Gate Harlow
- [14] Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [15] Ningsih, P. E. (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, 1-93.