

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & Umrah, T. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56.
- Awaluddin, R. (2021). Jenis-Jenis Digital Marketing. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1, 116.
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi Pada Pengguna Platform Shopee Live). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).
- Creswell, J. W. (2010). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Diwi, A. I., Mangkudjaja, R. R., & Wahidah, I. (2014). Analisis Kualitas Layanan Video Live Streaming Pada Jaringan Lokal Universitas Telkom. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 12(3), 207–216.
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 2(2), 247–254.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–114.
- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus E-Commerce

- Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542–555.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022a). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan). *Journal Of Social Research*, 1(8), 851–863.
- Ginting, A. K., & Harahap, K. (2022b). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan). *Journal Of Social Research*, 1(8), 851–863.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (2002). *The Qualitative Researcher's Companion*. Sage.
- Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal Ii 2022*. (N.D.). Retrieved May 15, 2023, From <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/11/21/Ini-Pertumbuhan-Pengunjung-Shopee-Sampai-Kuartal-Ii-2022>
- Lestari, S. R. I. (2021). *Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat*.
- Liu, L., Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2016). An Empirical Investigation Of Information Sharing Behavior On Social Commerce Sites. *International Journal Of Information Management*, 36(5), 686–699.

- Ma, L., Gao, S., & Zhang, X. (2022). How To Use Live Streaming To Improve Consumer Purchase Intentions: Evidence From China. *Sustainability*, *14*(2), 1045.
- Margahana, H. (2020). Upaya Peningkatan Penjualan Produk Batu Bata Di Desa Kuto Sari Kecamatan Belitang Iii Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(3), 563–569.
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., & Matondang, N. (2020). *Digital Marketing*.
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, D. M. (2020). Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0. *Malang: Pt. Citra Intrans Selaras*.
- Permadi, T. Y. (2022). *Analisis Sor Pada Penawaran Produk Melalui Teknologi Live Streaming Terhadap Niat Dan Penggunaan E-Commerce*.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Ramadhayanti, A. (2023). Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan. *Manajemen Dewantara*, *7*(1), 117–128.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, *6*(2), 83–88.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2019). How Live Streaming Influences Purchase Intentions In Social Commerce: An It Affordance Perspective. *Electronic Commerce Research And Applications*, 37, 100886.

Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*.

Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal Of Systems*, 2(2), 12–17.