

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, M. Zulhawati dan M. S. Purnamasari, 2024. *The decision to use ShopeePay as a substitute for cash in the cashless era*. 6(2):36-50
- Ahiat, A. 2024. *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks.<https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyaksepanjang-2023>. Diakses tanggal 2 November 2024
- Ayumi, B. dan A. Budiarmo. 2021. *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang)*.10(2):1169-1176
- Aziza, D. 2021. *Pengaruh Digital Marketing, E-Wallet Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian "Menu Ayam" Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Grabfood)*.
- Azahra dan F. Hadita. 2023. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram*. 2(2): 2963-1181.
- Curry, D. 2024. *Shopee Revenue and Usage Statistics (2024)*. Business Of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/shopee-statistics/>. Diakses tanggal 2 November 2024.
- Fathurrohman, D. N. Nurlenawati dan D. Triadinda. 2023. *The Influence of Live Streaming and Customer Rating on Purchasing Decisions For Kenan Hijab on Tiktok*. 4(5):6320-6334.
- Febrizaldy, F. 2024. *Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Buying Decision Pada Pelanggan Radysa Medan Di Shopee*.
- Hawari, A. P. dan K. Harahap. 2023. *Pengaruh Promosi dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-wallet ShopeePay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan*. 2(1):27- 40.
- Jogiyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kamanda, S. V. 2023. *Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee*. 2(1): 2964-9900.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2017. *Principles of Marketing*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., S. W. Ang, S. M. Leong dan C. T. Tan.,2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Edisi 3. PT. INDEKS. Klaten.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. 11th edition. Pearson Education. New Jersey.
- Kotler, P. dan K. Keller. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lamb, C. W., J. F. Hair dan C. Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba

Empat: Jakarta

- Lin, Y. 2024. *Global Ecommerce Sales Growth Report*.Shopify <https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales>.Diakses tanggal 2 November 2024.
- Maimunah, F. dan Rokhmat. 2023. *Pengaruh Live Streaming, Online Customer Reviess, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Buttonly Pada Platform Tiktok*. 2(11):920-939
- Marshall, G. dan M. Johnston. 2015. *Marketing Management*. 2th edition. McGraw-Hill Education. New York.
- Maridiana, D. dan R. Sijabat. 2022. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 6(1):9-13.
- Cannon, J. P., W. D. Perreault dan E. J. Mcarthy. 2002. *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach*. McGraw Hill. NewYork.
- Meli, N., D. Arifin dan S. P. Sari. 2022. *Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card*. 2:1-9
- Perreault, W., J. Cannon dan E. J. McCarthy. 2014. *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. 14th edition. McGraw-Hill Education. New York.
- Peter, P. dan J. Olson. 1999. *Consumer Behaviorand Marketing Strategy*. 4th edition. Erlangga. Jakarta.
- Phan, M. S. K. dan O. T. A. Riyadi. 2022. *Teknologi Keuangan Anak Muda*. Universitas Katolik Soegijapranata.Semarang.
- Priansa, D., 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. 1th edition. Alfabeta. Bandung.
- Ramadhani, V. A., A. Mulyati, H. Haniyah, W. Hidayat dan Z. Ibrahim. 2024. *Analisis Penggunaan E-wallet Dalam Mempengaruhi Minat Beli Dikalangan Mahasiswa*. 2(4):36-46
- Rania, D. 2024. *Survei Dompot Digital Paling Favorit di Indonesia*. <https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/>. Diakses tanggal 2 November 2024.
- Rania, D. 2024. *Top 10 Daftar Produk Terlaris di Shopee 2024 Paling Banyak Dicari*. Jubelio Blog. <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/>. Diakses tanggal 2 November 2024.
- Sangadji, E. dan S. Sopiah. 2013. *The Effect of Organizational Culture On Lectures' Job Satisfaction and Performance (A Research in Muhammadiyah University throughout East Java)*. 3(3).2164-4063
- Sari, S. 2020. *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*.8(1):151
- Saputra, F., H. Ali dan M. R. Mahaputra. 2023. *Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Martketing Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort*. 1(3).141-153

- Scruderia, A. 2024. *Platform Live Shopping Terbanyak Digunakan di Indonesia Tahun 2024*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S>. Diakses tanggal 2 November 2024.
- Song C., dan L. Y. Li. 2021. *The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China*. International Telecommunications Society
- Steven, J., A. Ramli dan S. Mariam. 2023. *E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee*. 2(11):267-277
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bismis Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. 2023. *Mengenal Dompot Digital Di Indonesia*. CV. AA. RIZKY.Banten.

