

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrokhim, M., Setiawati, S. B., Triandini, P., Sigiyo, Y. E. K., & Safitri, Y. 2024. Peran Strategis Wanita dalam Keluarga dan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga pada Agroindustri Ikan Asin di Kabupaten Tulang Bawang. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol 10(1) : 866-880. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/21639>
- Adhitya, W. R. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*. Vol 3(2) : 142-161. <https://upu-journal.potensi-utama.org/index.php/ACCUMULATED/article/view/538>
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 9(3) : 896-906. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13905>
- Amelia, N. P., Afrida, & Meiyenti, S. 2023. Perilaku Ibu Rumah Tangga Dalam Memenuhi Kebutuhan Melalui Belanja Online di Kota Bukittinggi. *Aceh Anthropological Journal*. Vol 7(1) : 72-92. <https://doi.org/10.29103/aaj.v7i1.10287>
- Anugraheni, D. T., Agustini, M. Y. D. H., Athanasius, S. S., Retnawati, B. B., & Perwito, A. H. 2021. Analisis aspek hijau dalam pelaksanaan digital marketing (Laporan penelitian). Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. https://repository.unika.ac.id/23650/2/Aspek%20Hijau%20Dlm%20Digital%20Marketing_laporan.pdf
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2022. Laporan survei internet Indonesia 2022. <https://survei.apjii.or.id/>
- Azhari, E., Saleh, L. M., & Marantika, M. 2021. Analisis Faktor Penyebab Keterlambatan Proyek Pembangunan Gedung Laboratorium Terpadu dan Perpustakaan MAN 1 Maluku Tengah. *Jurnal Agregate*. Vol 2(2) : 262-270. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JA/article/view/1906/966>
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Statistik e-commerce Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/e-commerce-statistics-2024.html>

- Bangsa, Jaya R. 2022. Keputusan Pembelian Generasi X pada Aplikasi Belanja Online. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*. Vol 2(1) : 46-54. <https://doi.org/10.35473/jibaku.v2i1.1420>
- Chen, H., Dou, Y., & Xiao, Y. 2023. *Understanding the role of live streamers in live-streaming e-commerce*. *Electronic Commerce Research and Applications*. Vol 59. <http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101266>
- Chen, N., & Yang, Y. 2023. *The Role of Influencers in Live Streaming E-Commerce: Influencer Trust, Attachment, and Consumer Purchase Intention*. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Vol 18(3) : 1601-1618. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030081>
- Damanik, R. P. A., & Abdurahman, A. 2024. Pengaruh *Live Streaming Selling* dan *Online Customer Review* Terhadap Kepercayaan Konsumen Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Global: Jurnal Lentera BITEP*. Vol 2(03) : 89-96. <https://doi.org/10.59422/global.v2i03.432>
- Fadilah, N., Pebrianggara, A., & Hariasih, M. 2025. *Pengaruh metavoicing, visible presence dan guidance shopping affordance terhadap purchasing decision pada Shopee live streaming*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. Vol 9(1) : 844–869. <https://share.google/0UWWZ5dybeDCQioDI>
- Faizza, N. (2024). Pengaruh kualitas informasi produk, *streamer*, dan kredibilitas *streamer* terhadap niat pembelian dalam *live streaming e-commerce Shopee*. Tesis. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/54244>
- Fitri, A., Suparno, S., & Pratama, A., 2026. Pengaruh Pengalaman Belajar Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Generasi Z d Jabodetabek Melalui Rational Consumer Behavior Sebagai Variabel Intervening. *Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi*. Vol 2 (1) : 915-932. <https://doi.org/10.63822/eda23c34>
- Ghozali, I. 2021. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program *IBM SPSS* (Edisi terbaru). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, L., Hu, X., Lu, J., & Ma, L. 2021. *Effects of customer trust on engagement in live streaming commerce: mediating role of swift guanxi*. *Internet Research*. Vol 31(5) : 1718–1744. <https://doi.org/10.1108/INTR-02-2020-0078>
- Gusniar, A. 2020. Pengaruh *Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di *Youtube* (Studi pada Mahasiswi di Tiga Universitas Yogyakarta). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*. Vol 3 (2) : 187-210 <https://doi.org/10.24071/exero.v3i2.4297>

- Handayani, Ririn. 2025. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Trussmedia Grafika.
- Hardiyanto, D. Y., & Susanti, R. 2024. Pengaruh Online Customer Review, Diskon, dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Pengguna *E-Commerce* Tokopedia Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*. Vol 2(8) : 765-778. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.1850>
- Hollebeek, L. D., Macky, K., & Lecouteur, A. 2020. *Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications*. *Journal of Interactive Marketing*. Vol 45 : 27–41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Huang, Z., & Suo, L. 2021. *Factors affecting Chinese consumers' impulse buying decision in live streaming e-commerce*. *Asian Social Science - Canadian Center of Science and Education*. Vol 17(5) : 16 – 32. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n5p16>
- Katadata *Insight Center*. 2022. *Perilaku konsumen e-commerce Indonesia 2022*. <https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce-2022>
- Kenneth C. Laudon, & Carol Guercio Traver. 2021. *E-commerce: Business, technology, society (16th ed.)*. Pearson. http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292343211_A39745346/preview-9781292343211_A39745346.pdf
- Marlius, D., & Jovanka, N. 2023. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*. Vol 2(2) : 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Melati, R., Lestari, R., Putra, S. S., Digdowiseiso, K., & Omar, K. 2024. *The determinants of purchasing decisions*. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*. Vol 2(3). https://jaruda.org/index.php/go/article/view/135?utm_source=chatgpt.com
- Meng, Z., & Lin, M. 2023. *The Driving Factors Analysis of Live Streamers' Characteristics and Perceived Value for Consumer Repurchase Intention on Live Streaming Platforms*. *International Journal of Online Engineering and User Computing (JOEUC)*. Vol 35(1) :1-24. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.323187>
- Mihajlovic, M., Savić, A., & Sarčević, V. 2025. *Stages in the consumer buying decision-making process*. *MEST Journal*. Vol 13(2) : 166–176. <https://doi.org/10.12709/mest.13.13.02.14>

- Muhtarom, A., Syairozi, M. ., & Yonita, H. . 2022. Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. EKOMBIS REVIEW : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis. Vol 10(S1) : 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Muthar, R. M. 2024. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap (*attitude*) konsumen terhadap minat beli pada live streaming aplikasi *Shopee*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/54718/20311471.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nur'aini, A., Husna, A. W., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. Fakultas Hukum dan Bisnis/Akuntansi, Universitas Duta Bangsa. Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek 2021. <https://ojs.udb.ac.id/HUBISINTEK/article/view/1372>
- Oktavianti, A. R., Priharsari, D., & Purnomo, W. 2023. Pengaruh Streamer Product Knowledge dan Streamer Image Terhadap Minat Beli Konsumen pada *Live Shopping*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol 7(3) : 1086–1092. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12371>
- Paramitha, F., & Adrijanto, P. E. 2023. Adaptasi perilaku berbelanja daring Generasi X di masa pandemi. Jurnal Impresi Indonesia. Vol 2(7). <https://doi.org/10.58344/jii.v2i7.3185>
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kota Semarang. 2024. Data kependudukan Kota Semarang tahun 2024. https://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ppid.semarangkota.go.id/wp-content/uploads/2025/01/kota-semarang-dalam-angka-2024.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Putri, A. M., Putri, F. J., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. 2024. Analisis preferensi dan pengambilan keputusan pembelian produk melalui fitur live streaming Shopee. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 9(11), 21–30. <https://doi.org/10.8734/musytari.v9i11.6719>
- Putri, A., & Marlien, R. 2022. Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian online. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Vol 5(1) : 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Retnawati, B. B., Leong, M., & Irmawati, B. 2021. Dinamika upaya adaptif dan keberlanjutan UMKM kerajinan bahan alam di Kota Semarang pada masa

pandemi. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
https://www.researchgate.net/publication/354335945_DINAMIKA_UPAYA_ADAPTIF_DAN_KEBERLANJUTAN_UMKM_KERAJINAN_BAHAN_ALAM_DI_KOTA_SEMARANG_PADA_MASA_PANDEMI

Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. 2021. Analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*. Vol 11(1) : 432-439.
<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sanusi, A. 2021. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Saragih, M. G., Manullang, S. O., & Hutahaean, J. 2020. Marketing Era Digital. CV Andalan Bintang Ghonim.
https://www.researchgate.net/publication/343181386_GS_MARKETING_ERA_DIGITAL

Sari, D. P. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol 2(4) : 524–533.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Sinaga, S.M. & Rochdianingrum, W.A. 2024. Pengaruh *Live streaming*, *Online customer review*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di *Shopee*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 13 : 1–19.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5857/5903>

Siregar, Riyadi S. 2023. Online Marketplace; Pengaruh dan Perubahan Gaya Hidup Perempuan Generasi Zilenial. *Jurnal Antropologi Sumatera*. Vol 20 (2) : 93-100. <https://doi.org/10.24114/jas.v20i2.44012>

Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. 2021. Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol 26(3) : 306–315. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019>

Song, H., & Liu, F. 2021. *The rise of live streaming commerce in China: A new model of e-commerce marketing*. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 13(3) : 55–66. <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.econstor.eu/bitstream/10419/238054/1/Song-Liu.pdf>

Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- 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*. Vol 37. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>
- Ummah, Nafil T. 2026. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gen Z di E-Commerce. *Maliki Interdisciplinary Journal*. Vol 4 (2) : 720-730. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Usadi, Made; Prayoga, I. 2023. Analisis Pengaruh Technology Affordance Dan Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan Kembali *Live Commerce*. *Jurnal Emas*. Vol 4 : 3076–3085. https://www.researchgate.net/publication/379308533_ANALISIS_PENGARUH_TECHNOLOGY_AFFORDANCE_DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI LIVE COMMERCE
- Wang, Y., Lu, Z., Cao, X., Chu, J., & Wang, J. 2022. *How live streaming changes shopping decisions in e-commerce. Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*. Vol 31 : 701–729. <https://doi.org/10.1007/s10606-022-09439-2>
- Wattimena, G. H. J. A., Larasaty, P. N., & Afrianti, R. 2025. Komunikasi Persuasif Host *Shopee Live* pada Kategori Produk Fashion. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol 24(1) : 244–254. <https://doi.org/10.32509/wacana.v24i1.4731>
- Xu, X., Wu, J., & Li, Q. 2020. *What drives consumer shopping behavior in live streaming commerce? . Journal of Electronic Commerce Research*. Vol 21(3) : 144–167. https://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.jecr.org/sites/default/files/2020vol21no3_Paper1.pdf
- Yacub, R., & Mustajab, A. 2020. Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen*. https://www.researchgate.net/publication/361420130_ANALISIS_PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E-COMMERCE
- Yuzahrani, A. R., Putra, D. S. C., Sirri, R., Fatikha, A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. 2024. Analisis pemanfaatan *Shopee Live* sebagai platform pengembangan bisnis dalam era digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 4(1) : 174–178. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/687
- Zed, E. Z., Indriani, S., Wati, S. F., & Bangsa, U. P. 2025. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce.

Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis. Vol 4(1) : 171-180.
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/4740>

Zhang, M., Qin, F., Wang, G. A., & Luo, C. 2020. *The impact of live video streaming on online purchase intention. The Service Industries Journal*. Vol 40(9–10) : 656–681. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>

