

DAFTAR REFERENSI

- Adi, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Selemba empat.
- Alma, B. (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Marketing Mix*.
- Ambarwati. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Akuisisi Pada Perusahaan Pengakuisisi (Studi Kasus Pada PT Plaza Indonesia Realty, Tbk Tahun Periode 2012-2018). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim. *Jurnal Edunomika*, 07(01).
- Anjari, A. P., Yudhawati, D., & Supramono, S. (2020). Pengaruh Perputaran Piutang Dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Assets. *Manager : Jurnal Ilmu manajemen*, 3(4). <https://doi.org/10.32832/manager.v3i4.3926>
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 3(3).
- Aulia Rahma, S., & Ridanasti, E. (2023). The Impact Of Marketing Strategy On Consumer's Impulsive Buying Behavior On Tiktok Live. *International Journal of Science*, 4(2).
- Depdikbud. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan). <https://kbbi.web.id/palsu>
- Elwalda, A., & Lu, K. (2016). The impact of online customer reviews (OCRs) on customers' purchase decisions: An exploration of the main dimensions of OCRs. *Journal of Customer Behaviour*, 15(2). <https://doi.org/10.1362/147539216x14594362873695>
- Firmansyah, A. (2019). PEMASARAN (DASAR DAN KONSEP). In *CV. Penerbit Qiara Media*.
- Forster, S., Lahaye, E., & Mckee, K. (2010). *Implementing the Client Protection Principles A Technical Guide for Investors* (Second, Nomor November). World Bank.
- Ghozali. (2018). Ghozali. Uji Koefisien Determinasi. *Journal of Management and Business*, 4(2018).
- Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan

- Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. In *IOSR Journal of Economics and Finance*.
- Hardani, et al. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. *Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Grup*.
- Harini, A. W. (2008). KAJIAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK PERPUSTAKAAN: Perpustakaan Digital dan Sistem Otomasi Perpustakaan: Vol. 3 No. 2 Maret 2008. *TATAL*.
- Hou, F., Guan, Z., Li, B., & Chong, A. Y. L. (2020). Factors influencing people's continuous watching intention and consumption intention in live streaming: Evidence from China. *Internet Research*, 30(1). <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2018-0177>
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri. In *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Khammash, M. (2008). Stochastic analysis of noisy gene expression. *2008 3rd International Symposium on Communications, Control, and Signal Processing, ISCCSP 2008*. <https://doi.org/10.1109/ISCCSP.2008.4537207>
- Kotler & Keller. (2009). Pengertian Kemasan. In *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler dan Armstrong. (2013). Prinsip-prinsip pemasaran. *Penerbit Erlangga*, 12.
- Kusumajaya, R. A., & Zusrony, E. (2020). Analisis Customer Satisfaction Pada Pengguna Platform Digital Shopee. *Jurnal Informa : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.46808/informa.v5i4.137>
- Malhotra, N. K., Agarwal, J., & Peterson, M. (1996). Methodological issues in cross-cultural marketing research: A state-of-the-art review. *International Marketing Review*, 13(5). <https://doi.org/10.1108/02651339610131379>
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com. In *MIS Quarterly: Management Information Systems* (Vol. 34, Nomor 1). <https://doi.org/10.2307/20721420>
- Musfiroh, S. (2019). Peningkatan Kemampuan Berdiri Satu Kaki Melalui Permainan Tradisional Engklek Pada Kelompok A Di Tk Islam Nurul Azizi 3 Pondok Chandra Indah. *Skripsi*.
- Netrawati, I. G. A. O., Nuada, I. wayan, & Syakbani, B. (2022). The Influence of Live Streaming Video on Consumer Decisions. *SENTRALISASI*, 11(2).

<https://doi.org/10.33506/sl.v11i2.1623>.

- Oktavia, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk. *EAS TEchnopreneurship*, 1(4), 1–9. <http://repository.untag-sby.ac.id/7436/>
- Sangkardi, R., JFA Tumbuan, W., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2).
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Peajar. *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMUS 2018*.
- Sitinjak, T. J. (2007). *Sugiarto.(2006) (LISREL)*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>
- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen. edisi pertama. In *BPFE- Yogyakarta*.
- Tathhira, M. I., & Ashar, K. (2020). Comparative Analysis of the Impact of Competitiveness to Foreign Direct Investment (FDI) Inflows between Indonesia and Vietnam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Bisnis Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- Ulfaida, N., & Hasanudin, C. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Wattpad Sebagai Penunjang Pembelajaran Menulis Cerpen di SMA untuk Mendukung Gerakan Merdeka Belajar. *Prosiding Seminar Nasional Hybrid*.
- Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). Research Method for Business Textbook (A Skill Building Apprao). *United States: John Wiley & Sons Inc*.
- Umar Burhan, M., Suman, A., Pudjiharjo, M., & Soetjipto, N. (2011). Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar Pupuk Di Jawa Timur (Kasus di Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Ngawi). *Journal*

of Indonesian Applied Economics, 5(1). <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2011.005.01.4>

Umar, H. (2005). *Manajemen Strategi*. Erlangga.

Wang, F., & Wang, Y. (2023). Research on the Impact of E-Commerce Live Streaming on Consumers' Purchase Intention. In *Proceedings of the 2022 2nd International Conference on Education, Information Management and Service Science (EIMSS 2022)*. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-024-4_87

Wiedmann, K. P., Hennings, N., & Siebels, A. (2009). Value-based segmentation of luxury consumption behavior. *Psychology & Marketing*, 26(7), 625–651.

Zhao, K., Lu, Y., Hu, Y., & Hong, Y. (2018). Change, we can believe in: Examining spillover effect of content switching on live streaming platform. *International Conference on Information Systems 2018, ICIS 2018*.