

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Khairunnisa Ginting, d. K. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan).
- Anisa, R. R. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. .
- Besse Faradiba, M. S. (2021). COVID-19: PENGARUH LIVE STREAMING VIDEO PROMOTION DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BUYING PURCHASING . *Economos :Jurnal Ekonomi dan Bisnis* .
- Chen, W. (2019). *Networked China: Global Dynamics of Digital Media and Civic Engagement*. China: Routledge.
- Desti Eka Ramadanti Amin, D. K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan Tik Tok Shop Di Surabaya). .
- Dimitriadis, G. T. (2014). *Brand Strategies in social media*.
- Ellyvia Jesslyn Surianto, L. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Followers Lilybelleclothing di Aplikasi Shopee). .
- Farid, P. (2022). Pengaruh Live Shopping dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan). .
- Galih Ginanjar Saputra, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.
- Ghose, A. (2017). *Tap: Unlocking the Mobile Economy (The MIT Press)*. London: The MIT Press .
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang*.
- HUDHA, I. A. (2021). *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*. Retrieved from eprints.ums.ac.id:

<https://eprints.ums.ac.id/98365/16/np%20iswantoro%20%28Mnj%29%20r.pdf>

- Ismi Asvin, R. U. (2022). Penelitian mengenai Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN pada Aplikasi Tik tok .
- Jay Baer, A. N. (2011). *The NOW Revolution: 7 Shifts to Make Your Business Faster, Smarter and More Social Kindle Edition*. Inggris: Wiley; 1st edition .
- Krishnawan, K. I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto.
- Lestari, S. R. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awarenesses, Desain Web, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Jakarta Pusat.
- Lestari, S. R. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awarenesses, Desain Web, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Jakarta Pusat.
- Lewicki, J. A. (2017). The Influence of Online Customer Reviews on Consumer Behavior.
- Lieb, R. S. (2017). *Content - the atomic particle of marketing : the definitive guide to content marketing strategy / Rebecca Lieb with Jaimy Szymanski*. London: Kogan Page Limited.
- Luca, M. (2011). Reviews, Reputation, and Revenue: The Case of Yelp.
- McCoy, J. (2017). *Practical Content Strategy & Marketing: The Content Strategy & Marketing Course Guidebook* . Inggris: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Michael D. Smith, R. T. (2017). *Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment*. America: THE MIT Press.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrl Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif Vol 1(No 1)*, 21.

Robert Rose, J. P. (2011). *Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand*. amerika: CMI Books, Division of Z Squared Media, LLC.

Sheridan, M. (2017). *They Ask, You Answer*. Wiley.

Syarifuddin, B. F. (2021). Covid-19 Pengaruh Live Streaming, Video Promotion, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. .

Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*.