

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, A. (2022). Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 398. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.5739>
- Ebenhaez, H. F., & Susanti, E. (2024). Analisis strategi desain promo Shopee dalam menunjang pengalaman belanja online. *Jurnal Desain*, 12(1), 197–207.
- Fattikah, S. R., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2025). Pengaruh Relational Bonds Terhadap Niat Beli Berkelanjutan Yang Dimediasi Oleh Trust Pada Live Streaming Tiktokshop. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(1), 195–207.
- Fikri, H. K. (2025). *PENGARUH SHOPEE LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF (Survei Pada Pengikut Akun Kahf Official Shop Di Shopee)*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Handoyo, E. R., & Wardhani, A. M. N. (2024). Comparative Analysis of User Experience Shopee and TikTok Shop Utilizing User Experience Questionnaire. *2024 International Conference on Intelligent Cybernetics Technology & Applications (ICICyTA)*, 543–548. <https://doi.org/10.1109/ICICYTA64807.2024.10912923>
- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Hilman Maulana, M., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Mardani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Hariato, A. L. (2022). Aplikasi Budaya Guanxi Dalam Repurchase Intention Konsumen *Live shopping* Tiktok Eonnedaily. Wear Melalui Pengaruh .... *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Pinontoan, M. D., & Soebiantoro, U. (2024). The Influence of Promotion, Information Quality, and Price Perception on Impulsive Buying on The Shopee

- Live Feature Among Students of UPN “Veteran” East Java. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 7(3), 8334–8346.
- Putri, T. R. (2025). *Pengaruh Time Scarcity terhadap Impulsive Purchase Behavior pada Live shopping E-Commerce dengan Perceived Time Pressure sebagai Variabel Mediasi*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Saputry, R. A., & Napitupulu, E. V. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE, CUSTOMER LOYALTY, DAN HOST LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN PLATFORM SHOPEE LIVE. *Jurnal Signaling*, 14(1), 44–60.
- Sophia, I. A., Afrizal, R., & Alfikri, A. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Rendang Gadih Melalui Platform Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1446–1457. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1475>
- Wardhani, E. P., & Purwanti, I. (2025). Transformasi Digital dalam E-Commerce: Live Streaming, Review Produk, dan Diskon terhadap Minat Beli Konsumen. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 9(2), 439–453.
- Wattimena, M. E. . & D. C. K. (2024). Pengaruh Demand, Convenience, Interactivity, dan Playfullness terhadap Perceived Enjoyment (Studi pada Shopee Live). *EProceedings of Management*, 11(6), 1–12.