

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Ahdiat, A. (2022, November 2022). *Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee sampai Kuartal II 2022*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>
- Alfanur, F., & Kadono, Y. (t.thn.). *Analysis on E-commerce Purchase Intention and Decision in Java and Sumatra. International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*.
- Alika, S. (2022, Juni 9). *Peningkatan Minat Masyarakat Indonesia dalam Belanja Online*. Diambil kembali dari viva.co.id: <https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1483271-peningkatan-minat-masyarakat-indonesia-dalam-belanja-online>
- Annur, C. M. (2022, Juli 18). *Aplikasi Belanja Online Paling Banyak Digunakan, Ini Dia Juaranya*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/18/aplikasi-belanja-online-paling-banyak-digunakan-ini-dia-juaranya>
- Annur, C. M. (2022, Juli Sabtu). *Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan (2022)*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Ardy, E. L. (2020, Juli 16). *BERITAPecahkan MURI, Shopee Hadirkan Inovasi Terbaru di 8.8 Mid Year Sale*. Diambil kembali dari droidlime.com: <https://www.droidlime.com/berita/pecahkan-muri-shopee-hadirkan-inovasi-terbaru-di-8-8-mid-year-sale/>

- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022). *Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2019-2021*. Diambil kembali dari bandungkota.bps.go.id:
<https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/103/1/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Chen, H., Chen, H., & Tian, X. (2022). The dual-process model of product information and habit in influencing consumers' purchase intention: The role of live streaming features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1-2.
- Dewi, I. R. (2022, Juni 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* Diambil kembali dari cnbcindonesia.com:
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Ed.)*. Los Angeles: SAGE Publication.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Book*. CV. Pustaka Ilmu.
- Indotelko.com. (2020, Juli 16). *Shopee Live pecahkan dua rekor MURI*. Diambil kembali dari indotelko.com:
<https://www.indotelko.com/read/1594848229/shopee-muri>

- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2017). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. Refika Aditama.
- Indrawati, I., & Putri, N. (2021). Indonesian Marketplace Trust Analysis Using Text Mining: A Case of Tokopedia. *Advancement in Data Science, E-learning and Information Systems (ICADEIS)*.
- Indrawati, I., Yones, P. C., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM via the TikTok application and its influence on the purchase intention of something products. *Asia Pacific Management Review*.
- Indrawati. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN DAN BISNIS: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Jayani, D. H. (2021, November 18). *Kunjungan ke Web Shopee Meningkat 5,8% pada Kuartal III 2021*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>
- Juliantari, L. P., & Yas, P. S. (2019). The Effect of Green Marketing and Consumers' Attitudes on Brand Image and Consumers' Purchase Intention of Green Products in Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha*, 10.
- Karnadi, A. (2022, April 8). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022*. Diambil kembali dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *FOURTH EUROPEAN EDITION: Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Law, M., Kwok, R. C.-W., & Ng, M. (2018). An extended online purchase intention model for middle-aged online users. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3-4.

- Lu, B., & Chen, Z. (2021). Live Streaming Commerce and Consumers Purchase Intention: An Uncertainty Reduction Perspective. *Information & Management*, 1.
- Malhotra, N. k. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation: Global Edition (6th ed.)*. Pearson Education.
- Murphy, L. (2020, February 20). *What Are Consumer Habits? (Consumer Psychology 101)*. Diambil kembali dari lrwonline.com: <https://lrwonline.com/perspective/consumer-psychology-101-what-is-habit/>
- Nurhayati, H. (2022, 11 8). *Number of monthly web visits on Shopee Indonesia Q1 2018-Q2 2022*. Diambil kembali dari statista.com: <https://www.statista.com/statistics/1012548/indonesia-number-monthly-web-visits-shopee-quarter/>
- Nuseir, M. T. (2019). The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE). *Journal of Islamic Marketing*, 3.
- Palupi, G. A. (2022, Agustus 28). *Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia*. Diambil kembali dari goodstats.id: <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>
- Prasetyo, A., Ashoer, M., & Hutahaean, J. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Putra, E. Y., & Andrian, S. (2021). Analisa Mengenai Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention secara Positif ataupun Negatif pada Online Shop Secara Umum dengan E-WOM sebagai Mediasi. *CoMBInES - Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*.
- Qothrunnada, K. (2022, Mei 23). *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. Diambil kembali dari finance.detik.com: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>

- Rachmawati, A. R. (2019, Oktober 17). *Pengguna E-commerce Terbesar Ada di Bandung*. Diambil kembali dari www.pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01321279/pengguna-e-commerce-terbesar-ada-di-bandung>
- Sasmita, D., Ariyanti, M., & Febrianta, M. Y. (2021). ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA PLATFORM E-COMMERCE DI INDONESIA MENGGUNAKAN TOPIC MODELING DAN ANALISIS SENTIMEN (Studi Kasus: Tokopedia, Shopee, Bukalapak). *eProceedings of Management*, 14.
- Saunders, M. N., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Student (7thEd)*. Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior (Tenth Edition)*. NJ Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methodes for Business*. Wiley.
- Shopee. (2022). *Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia*. Diambil kembali dari careers.shopee.co.id: <https://careers.shopee.co.id/about>
- Srisadono, W. (2018). STRATEGI PERUSAHAAN E-COMMERCE MEMBANGUN BRAND COMMUNITY DI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 1.
- Sudaryono, D. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeda.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta Pustaka Baru.
- Sukmaningrum, P., & Indrawati. (2022). The Influence of Social Media Marketing Instagram towards Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty of

@Somethincofficial. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT*(<https://doi.org/10.24940/thejbm/2022/v10/i6/169728-410849-2-SM>).

- Xiao, Q., Wan, S., Zhang, X., Siponen, M., Qu, L., & Li, X. (2022). How consumers' perceptions differ towards the design features of mobile live streaming shopping platform: A mixed-method investigation of respondents from Taobao Live. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2.
- Xu, X., Huang, D., & Shang, X. (2021). Social presence or physical presence? Determinants of purchasing behaviour in tourism live-streamed shopping. *Tourism Management Perspectives*, 1-2.