

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ahdiat, A. (2023, Maret 15). *Awal 2023, Pengunjung E-Commerce Indonesia Menurun*. Diambil kembali dari Data Boks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun>
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Y. (2023, Agustus 4). *Survei: Generasi Z Paling melek Medsos Tapi Lebih Suka Belanja ke Toko Langsung*. Diambil kembali dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/survei-generasi-z-paling-melek-medsos-tapi-lebih-suka-belanja-ke-toko-langsung-10261-mvk.html?screen=12>
- Andini, P., & Lestari, M. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di DKI Jakarta). *eProceedings of Management*, 8 (2).
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5.
- Anita, S., Amiruddin, E., Edt, R., Wiratmo, L., Mustafa, F., Khairo, F., . . . Abdillah, F. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Antabella, P. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Belanja Online Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya. *Doctoral dissertation IAIN Palangka Raya*.
- Araujo, C., Perater, K., Quicho, A., & Etrata, A. (2022). Influence of TikTok Video Advertisements on Generation Z's Behavior and Purchase Intention.

INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND MANAGEMENT STUDIES (IJOSMAS) , 140-152.

- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Keat Publishing Company.
- Assalam, N., & Wibisono, A. (2020). Dampak Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Caffeino Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal Missy (Management and Business Strategy)*, 1(1), 36-44.
- Bennett, P. (1995). *Dictionary of Marketing Terms*. Chicago: American Marketing Association.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business dan E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice* (4th ed.). England: Pearson.
- Chakti, A. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Chinomona, R., Okkoumba, L., & Pooe, D. (2013). The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4.
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (1), 1-8.
- David, L., & Albert, J. (1984). *Consumer Behavior Concept and Application* (2nd ed.). New York: Mc. Graw Hill Book Co.
- Deravi, S., & Herat, A. (2015). Examining Degree of Impact of Marketing Mix on Gender In Purchase Decision Making. *International Journal of Review in Life Sciences*, 5, 283-287.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen; Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, R., & Wibowo, S. (2020). Analisis Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung). *eProceedings of Applied Science*, 6 (2).

- Finaka, A. (2023, July). *Orang Indonesia Makin Melek Internet*. Diambil kembali dari Indonesia Baik: <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,orang%20pada%20periode%202022%2D2023>.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partialleast Square (PLS), Dilengkapi Software Smartpls 3.0, Xlstat 2014, dan Warppls 4.0 Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gracela, A., Cerlita, V., & Zulfannullah, Z. (2022). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2), 2059.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, C. (2022, Januari 17). *E-commerce Memicu Mahasiswa semakin Konsumtif?* Diambil kembali dari Bandungbergerak.id: <https://bandungbergerak.id/article/detail/2033/e-commerce-memicu-mahasiswa-semakin-konsumtif>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2nd Edition*. Sage Publications.
- Hamid, R., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.28 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Hamid, R., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hidayat, R., & Assalam, A. (2021). *MENyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Realibilitas*. Health Books Publishing.
- Howard, J., & Sheth, J. (1969). *Theory of Buyer Behavior*. Jhon Wiley & Sons.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. PT Refika Aditama.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I., Hasan, M., Utomo, K., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Consumer Behavior in Marketing Strategy. *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee, 14(1)*, 35-43.
- Karnadi, A. (2022, April 13). *Perempuan Lebih Banyak Belanja Online pada 2021*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/perempuan-lebih-banyak-belanja-online-pada-2021>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*. Kogan Page Limited.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing (7 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Global Edition: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran: Jilid I*. PT Indeks.

- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). Peason Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management, 15 ed.* New York: Pearson Education, Inc.
- Kurniasih, D., & Rozi, A. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Banten: Bintang Visitama.
- Kurniawan Aris. (2023, Juni 14). *Sindo News*. Diambil kembali dari Shopee Live Jadi Platform Paling Sering Digunakan untuk Belanja Fashion dan Kecantikan: <https://lifestyle.sindonews.com/read/1125801/166/shopee-live-jadi-platform-paling-sering-digunakan-untuk-belanja-fashion-dan-kecantikan-1686658008>
- Kusumaningtyas, R., & Rahajeng, E. (2017). Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-Banking Dengan Metode TAM. *Studio Informatika: Jurnal Sistem Informasi, 10, No. 2*, 89-102.
- Laela, T. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya. *Ekologi Ilmu Manajemen*, 131-134.
- Laudon, K., & Traver, C. (2009). *E-commerce Business, Technology, Society* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Laudon, K., & Traver, C. (2012). *E-commerce 2012 (business, technology, society)* (Eight edition ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Vol. 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Marlius, D. (2020). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologi dan Bauran Pemasaran PT Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi, 57*.

- Mordor Intelligence Research & Advisory. (2023, Oktober 4). *Ecommerce in Indonesia Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2023 - 2028)*. Diambil kembali dari Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-ecommerce-market>
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga (terjemahan).
- Mowen, J., & Minor, M. (2011). *Consumer Behaviour*. Jakarta: Erlangga.
- Natarajan, R., & Sudha, V. (2016). A Relationship between Brand Image and Brand Loyalty. *International Journal of Economic and Business Review*, 139-45.
- Pancawati, M. (2022, April 25). "Livestream Shopping" Semakin Populer. Diambil kembali dari Kompas: <https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/04/25/livestream-shopping-semakin-populer>
- Pratiwi, R., Putra, R., Hasbiah, S., Astuty, S., Dahlina, A., & Nuryadin, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Tahta Media.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Pura, M., & Madiawati, P. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 204-216.
- Purwanti, T. (2023, September 19). *Makin Sengit! TikTok VS Shopee Siapa Jawara Live Shopping?* Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230919064243-37-473534/makin-sengit-tiktok-vs-shopee-siapa-jawara-live-shopping>
- Rahayu, N. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Seoyeondan) Terhadap Minat Beli Tokopedia Konsumen Di Kota Bandung*.

- Rahayu, R. (2023, Juni 9). *Tren Belanja Live Streaming: Produk Fashion dan Kecantikan Paling Banyak Dibeli*. Diambil kembali dari TEMPO.CO: <https://bisnis.tempo.co/read/1735417/tren-belanja-live-streaming-produk-fashion-dan-kecantikan-paling-banyak-dibeli>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ramdhani, G. (2023, Juni 13). *Shopee Live Jadi Platform Paling Sering Dipakai untuk Belanja Fashion dan Kecantikan*. Diambil kembali dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5318410/shopee-live-jadi-platform-paling-sering-dipakai-untuk-belanja-fashion-dan-kecantikan>
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *eProceedings of Management*.
- Rosanto, S., & Sari, N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian di Masa New Normal (Studi Kasus Pada Onezo Indonesia). *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata, 3*, 68-76.
- Rosanto, S., & Sari, N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian di Masa New Normal (Studi Kasus Pada Onezo Indonesia). *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata, 68-76*.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Santosa, P. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis Dan Pengujiannya Menggunakan Smartpls*. Yogyakarta: Andi.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. (2022). Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Low Politic and Humanities, 2(2)*, 71-80.
- Sarwono, J. (2012). *Perdagangan Online*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Sciffman, & Kanuk. (2013). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Sekaran, U. (2006). *Metodelogi Penelitian Untuk Bisnis, Buku 1, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Canda: Nelson Education, Ltd.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Eureka Media Aksara.
- Suri, I. (2018). Pengaruh Harga dan Minat Beli Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2 (1), 39-48.
- Suryani, N., & Lestari, N. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee. co. id. *TIERS Information Technology Journal*.
- Suvittawat, A. (2022). The influence of customer expectations, customer loyalty, customer satisfaction and customer brand loyalty on customer purchasing intentions: A case study of K-POP fans in Thailand. *African Journal of Business* , 1-9.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Turban, E. (2012). *E-Commerce*. New Jersey: Person Internasional Edition.

Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian, Penentuan Metode dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS) Structural Equation Modelling (SEM)*. Bandung: PT. Refika Adytama.

Winardi. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen* (1st ed.). Bandung: Penerbit Mandar Maju.