

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dahlan et al. 2018. *Food Quality, Service Quality, Price Fairness and Restaurant RePatronage Intention: The Mediating Role of Customer Satisfaction*. *Journal Business Management*. Vol 8, No. 17: 1-15.
- Alenda, D. A., Ramilah, S., Aprilda, G. P. ., & Yusuf, A. . (2021). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ShopeePay. *Accounting and Management Journal*, 5(2), 1–8. <https://doi.org/10.33086/amj.v5i2.1897>
- Ananda, A. F, dan H. Wandebori. 2016. *The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students in Indonesia*. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 255-263.
- APJII, 2020. “Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)”. APJII, <https://survei.apjii.or.id/>, diakses 5 januari 2024.
- Ardianti, N. A., Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 43
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen : (Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1 (01), 1 - 14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, 2021. Jumlah penduduk menurut Kecamatan Kota Tasikmalaya tahun 2021: Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya. <https://tasikmalayakota.bps.go.id/statictable/2022/09/13/208/penduduk-laju-pertumbuhan-penduduk-distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk-dan-rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-tasikmalaya-2020-dan-2021.html>. Di akses pada tanggal 12 februari 2024.
- Basuki, A. T. dan Prawoto, N. 2014. Pengantar Teori Ekonomi. Yogyakarta: MATAN.
- Boediono. 1995. Ekonomi Makro. Yogyakarta: BPFE.
- Bonald., Thomas., Massoulié, L., Mathieu, F., Perino, D., & Twigg, A. 2008 *Epidemic Live Streaming: Optimal Performance Trade-offs*. In *Acm Sigmetrics Performance Evaluation Review* Pp. 325–336. Acm.
- Databoks, 2023. “5 E-Commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak kuartal I 2023”. Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>, diakses pada 24 Januari 2024.

- Fajarudin, RD, Wihara, DS, & S, ED (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2 (1), 149–160. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i1.45>
- Feigenbaum. 2000. *Kendali Mutu Terpadu*. Edisi Ketiga, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). *E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews*. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44–57.
- Fitryani, Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran *Impulsive Buying* Saat *Live Streaming* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *E-Commerce* Shopee). *Jurnal Masharif al-Syariah*, 524-555.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014 “Manajemen pemasaran”. Edisi ke dua. BPFE, Yogyakarta.
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Micue Taman Ratu Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* Vol 05.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksar
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, *Online Consumer Reviews* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo press.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kompas, 2023. “Pendapatan E-Commerce Asia Tenggara tembus Rp. 1480, Indonesia Terbesar”. Kompas, <https://tekno.kompas.com/read/2023/06/16/10000027/pendapatan-e-commerce-asia-tenggara-tembus-rp-1480-triliun-indonesia-terbesar> diakses pada 24 Januari 2024.
- Kotler Dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *principle of marketing , 15th edition*. New Jersey: pearson prentice hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kumbara, V. B., Neldi, M., Diana, Y., & Ridwan, M. (2023) Penentuan preferensi konsumen, *review* pelanggan online, kualitas website dan keamanan, terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan konsumen sebagai pemediasi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9 (4). hal.713-721. ISSN 2477-8524
- Lackermair, G., Kailer, D. & Kanmaz, K., 2013. *Importance of Online Product Reviews from a Consumer 's Perspective.*, 1(1), pp.1–5.

- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta
- Maimunah, Siti., (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, Persepsi harga, Cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Midtrans, 2023. "5 Model bisnis E-commerce yang ada di Indonesia". Midtrans, <https://midtrans.com/id/blog/e-commerce>, diakses 5 januari 2024.
- Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Edisi ketiga. Penerbit: Ghalia Indonesia, Bogor.
- Ningsih, E. S. P. (2019). Pengaruh *Rating* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM
- Nurmalina, R., Yulianti, C., Fitri, F., Utami, A. D., Sari, R. M., Risenasari, H., & Hasibuan, M. (2015). *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press (12 Mei 2020).
- Prajana, A. S. (2021). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live. *Jurnal TANTRA*. Vol 8: 146-147.
- R. Martiana and S. Apriani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkas Bitung," *Asia Pacific J. Manag.*, vol. 80, no. 3, pp. 391–397, 2019.
- Rodriguez, A. A. (2020). *Significant Labels in Sentiment Analysis Of Online Customer Reviews Of Airlines. Sustainability*, Vol. 12, No. 20, 1-18.
- Sari, E. S., Savitri, C., & Faddil, S. P. (2023). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepuasan konsumen pada Aplikasi Pt.Bfi Finance Indonesia Tbk Cabang Karawang. *Jurnal Bisnis dan Ilmu komputer*, 7(1), 2064-2079. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7389>
- Satiawan, A. A., Hamid, R. S., & Masjudi, E. (2023) Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok, 9 (1). 01-14. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.238>
- Setyawan, Ryan Ari & Marzuki, Yumarlin. 2018. Survei aplikasi *live streaming* & chat di kalangan pelajar. Seminar Nasional Edusaintek. Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra. Yogyakarta.

- Song, C., & Liu, Y. (2021). *The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China*. *Calgary: International Telecommunications Society (ITS)*.
- Sugita, p., Irwanto, I., Bayu, I., & Syahbirin, G. (2014). *Study Of Compound From Trengguli Leaves Methanolic Extract (Cassia Fistula)*. *Asia Pacific Journal Of Research*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung: Alfabeta.
- Suteja, M.I.M., Dwiki, A.I.M., Mardiana, W.P., Irianto, S.Y. (2023), Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shopee. *Jurnal Darmajaya*. Vol 1.
- Tjiptono, F., 2019. *Strategi pemasaran*.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta.
- Utami. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Wahyudi, T., Rinuastuti, B. H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh *Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1-7
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. 2020. *The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers*. *Journal of Business Research*, 543–556.
- Yasmin, A., Tasneem, S. & Fatema, K. 2015. *Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study*. *International Journal of Management Science and Business Administration* Vol, 1(2), pp.69-80.
- Yulianti, A. I., Maharani, N. R., & Yusmaneti, Y. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 6–13. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i1.2567>
- Zagladi, . L. ., & Syahputra, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Iconnet Bandung. *Tinjauan Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3 (2), 89–105. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i2.173>.
- Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition, 3th Editon*. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc.