



## **PEMANFAATAN FITUR *LIVE STREAMING* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK GIO SAVERINO DI SHOPEE LIVE**

**Roswanda Nuraini<sup>1\*</sup>, Aan Fadillah Putra<sup>2</sup>, Naza Sefti Prianita<sup>3</sup>, Edora<sup>4</sup>**

Teknik Informatika, Universitas Pelita Bangsa

Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Kec. Cikarang Pusat, Bekasi, Jawa Barat 17530

\*Email: [roswanda2004@gmail.com](mailto:roswanda2004@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Live streaming* telah menjadi fitur penting dalam *e-commerce*, terutama dalam meningkatkan pelanggan dan mendorong penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan fitur *live streaming* dalam meningkatkan penjualan produk Gio Saverino di platform *e-commerce*, dengan studi kasus pada Shopee Live. Pokok masalah yang diangkat adalah bagaimana fitur *live streaming* dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan meningkatkan volume penjualan di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam dengan penjual dan konsumen, serta analisis data sekunder dari laporan penjualan dan statistik penggunaan fitur *live streaming*. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa *live streaming* di Shopee Live secara signifikan meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen, memperkuat kepercayaan pembeli, dan memfasilitasi demonstrasi produk secara *real-time* yang lebih efektif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa fitur *live streaming* merupakan alat yang efektif dalam strategi pemasaran di *e-commerce*, karena mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan produk secara substansial. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penjual online dan pengembang platform *E-commerce* dalam mengoptimalkan fitur *live streaming* untuk mencapai tujuan penjualan mereka.

**Kata kunci:** *e-commerce*; *live streaming*; penjualan produk; Shopee Live; pemasaran digital; interaksi konsumen.

## **UTILIZATION OF *LIVE STREAMING* FEATURES TO INCREASE SALES OF GIO SAVERINO PRODUCTS ON SHOPEE LIVE**

### **ABSTRACT**

*Live streaming* has become a crucial feature *e-commerce*, particularly in enhancing customer engagement and driving sales. This research aims to analyze the utilization of the *live streaming* feature in increasing product Gio Saverino sales on *E-commerce* platforms, with a case study on *shopee live*. The subject matter raised is how the *live streaming* feature can influence customer behavior and increase sales volume at *shopee*. This research uses a qualitative method with a case study approach, involving direct observation, in-depth interviews with sellers and customers, as well as secondary data analysis from sales report and statistics on the use of the *live streaming* feature. The data collected shows that *live streaming* on *Shopee Live* significantly increases the interaction between seller and customers, strengthens buyer trust, and facilitates more effective *real-time* product demonstrations. The conclusions of this study is that *live streaming* feature is an effective tool in *E-commerce* marketing strategies, as it able to increase customer engagement and drive a substansial increase in product sales. This research provides valuable insight for *onlinbe seller* and *E-commerce* platform developers in optimizing *live streaming* feature to achieve their sales goals.

**Keywords:** *e-commerce*; *live streaming*; product sale; *Shopee Live*; digital marketing; consumer interaction.

### **PENDAHULUAN**

*E-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa *decade* terakhir, mengubah cara konsumen berbelanja dan pelaku usaha berbisnis. Inovasi teknologi terus memainkan peran penting dalam perkembangan ini, dengan berbagai fitur yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman berbelanja online. Salah satu inovasi terbaru yang mendapat perhatian besar adalah penggunaan fitur *live streaming* pada platform *e-commerce*. Fitur ini memungkinkan penjual untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, menyajikan demonstrasi produk secara *real-time*,



dan menjawab pertanyaan konsumen secara langsung. Shopee, sebagai salah satu platform *E-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, telah mengadopsi fitur ini melalui Shopee Live.

Shopee Live memberikan kesempatan bagi penjual untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperluas jangkauan pasar mereka. Fitur ini tidak hanya memungkinkan penjual untuk menampilkan produk mereka secara menarik, tetapi juga memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dan rinci tentang produk yang ditawarkan. Dengan meningkatkannya popularitas *live streaming* di kalangan konsumen, banyak penjual mulai melihat potensi besar dari fitur ini dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

Namun, meskipun potensi keuntungan dari penggunaan *live streaming* sudah diakui secara luas, masih sedikit penelitian yang mendalami bagaimana fitur ini benar-benar mempengaruhi perilaku konsumen dan volume penjualan di platform *e-commerce*. Beberapa penjual mungkin masih ragu untuk menginvestasikan waktu dan sumber daya mereka dalam *live streaming* karena kurangnya bukti empiris yang mendukung efektivitasnya. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana *live streaming* dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai tujuan penjualan yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyelidiki pemanfaatan fitur *live streaming* pada Shopee live dalam meningkatkan penjualan produk Gio Saverino. Studi ini menganalisis bagaimana interaksi langsung antara penjual dan konsumen melalui *live streaming* dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini juga akan meninjau berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh penjual untuk memaksimalkan keuntungan dari penggunaan fitur *live streaming*.

Gio Saverino, toko yang menjual produk di bidang brand sepatu lokal, terus berinovasi dengan meningkatkan layanan pelanggan. Melalui *live streaming* di aplikasi Shopee, Gio Saverino telah mengalami peningkatan penjualan yang sangat signifikan. Kemajuan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan terhadap digitalisasi dan internet, yang juga mempengaruhi industri penjualan dan pemasaran. Di era digital ini, metode penjualan dan pembelian tradisional semakin tergantikan oleh metode digital. Kemajuan teknologi informasi memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia, baik kehidupan bisnis maupun kehidupan pribadi. Memanfaatkan teknologi dalam digitalisasi ritel menawarkan manfaat yang signifikan dan dengan cepat menarik minat pembeli melalui demonstrasi video secara *real-time* di aplikasi Shopee.

Potensi yang signifikan untuk menggunakan *live streaming* di Indonesia juga dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup belanja online yang sangat populer di kalangan masyarakat. Selain itu, banyak orang yang saat ini menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja dan melihat produk yang ingin dibeli. Oleh karena itu, menggunakan fitur Shopee Live untuk meningkatkan penjualan melalui *live streaming* akan sangat menguntungkan Gio Saverino untuk melakukan penjualan.

Dengan semakin tingginya persaingan di dunia *e-commerce*, penjual dituntut untuk terus berinovasi dan mencari cara-cara baru untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. *Live streaming* muncul sebagai salah satu alat yang potensial untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang cara memanfaatkan fitur ini secara efektif sangat penting bagi keberhasilan bisnis di era digital ini.

Penelitian ini tidak hanya relevan bagi penjual dan pengembangan platform *e-commerce*, tetapi juga bagi akademisi dan praktisi di bidang pemasaran digital. Dengan mengungkap dinamika interaksi antara penjual dan konsumen melalui *live streaming*, studi ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur yang ada dan membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut di masa depan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam dengan penjual dan konsumen, serta analisis data sekunder dari laporan penjualan dan statistik penggunaan fitur *live streaming*.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Live streaming* di Shopee Live secara signifikan meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen, memperkuat kepercayaan pembeli, dan memfasilitasi demonstrasi produk secara *real-time* yang lebih efektif. Fitur *live streaming* merupakan alat yang efektif dalam strategi pemasaran yang dilakukan Gio Saverino karena mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan produk secara substansial.

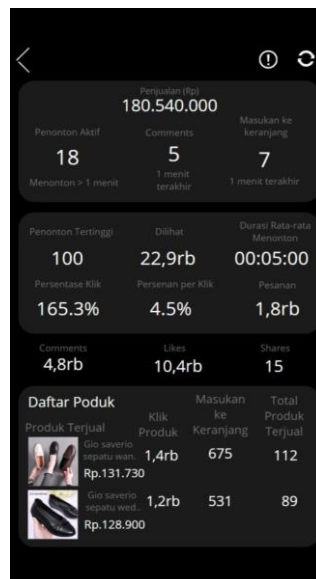
### a. Optimisasi Fitur Shopee Live untuk Meningkatkan Penjualan

Shopee Live telah membuktikan efektivitasnya sebagai fitur yang signifikan dalam meningkatkan penjualan bagi para penjual di platform Shopee. Dengan konsisten melakukan *live streaming*, penjual dapat berinteraksi langsung dengan calon pembeli, memberikan penjelasan mendetail mengenai produk, dan menjawab pertanyaan secara *real-time*. Interaksi langsung ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan menarik, meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, fitur ini memungkinkan penjual untuk menunjukkan produk secara rinci, yang sering kali tidak dapat ditangkap melalui gambar atau deskripsi tertulis.

Selain itu, Shopee Live memungkinkan penjual untuk memanfaatkan berbagai strategi pemasaran, seperti flash sale dan penawaran eksklusif selama siaran langsung. Taktik ini seringkali menciptakan rasa urgensi dan eksklusivitas yang mendorong pembelian impulsif. Penjual juga dapat mengadakan sesi tanya jawab, demonstrasi produk, atau bahkan kolaborasi dengan influencer untuk menarik lebih banyak penonton. Semua ini secara kumulatif dapat meningkatkan konversi penjualan dengan memberikan insentif tambahan kepada penonton untuk melakukan pembelian segera.

Analitik data yang tersedia melalui Shopee Live memberikan wawasan berharga bagi penjual tentang perilaku dan preferensi pelanggan. Dengan memahami metrik seperti jumlah penonton, durasi menonton, dan produk yang paling diminati selama *live streaming*, penjual dapat mengoptimalkan strategi penjualan mereka. Dengan memanfaatkan data ini, penjual dapat merancang konten yang lebih menarik untuk sesi *live streaming* berikutnya, memastikan bahwa upaya mereka selalu terarah dan efektif dalam meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian, penjualan produk Gio Saverino mengalami peningkatan yang signifikan setelah melakukan *live streaming*. Dengan agenda live selama 24 jam setiap harinya dan memiliki 10 *host live* yang selalu bergantian untuk meningkatkan produk penjualan Gio Saverino melalui *live streaming*. Pelanggan juga dapat meminta *review* produk kepada *host live* saat *live streaming* sedang berlangsung, pelanggan dapat melihat produk yang tersedia pada etalase keranjang oren, serta menggunakan voucher gratis ongkir atau cashback.



Gambar 1. Hasil Penjualan *Live streaming*



**b. Strategi Konsisten Melakukan *Live streaming* di Shopee Live**

Konsistensi dalam melakukan *live streaming* juga membantu membangun loyalitas pelanggan. Ketika penjual rutin melakukan siaran langsung, mereka menciptakan pola keterlibatan yang bisa diandalkan oleh pelanggan. Ini tidak hanya memperkuat hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga meningkatkan peluang bagi penjual untuk mempromosikan produk baru dan penawaran khusus secara efektif. Penonton yang sudah terbiasa dengan siaran langsung ini cenderung kembali lagi dan lagi, yang pada akhirnya meningkatkan frekuensi pembelian.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penjadwalan *live streaming* yang telah ditentukan dapat secara signifikan meningkatkan penjualan produk yang engagement pelanggan diplatform *e-commerce*. Dengan penjadwalan yang tepat dan promosi yang efektif, penjual dapat memaksimalkan potensi *live streaming* sebagai alat pemasaran yang kuat. Pelanggan cenderung menghargai jadwal yang jelas, memungkinkan mereka untuk merencanakan partisipasi mereka. Berikut adalah jadwal *live streaming* pada toko Gio Saverino:

	JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU		
SHIFT 1	08.00-10.00	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	TIKTOK	
	08.00-10.00	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	SHOPEE	
	09.00-11.00	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	TIKTOK	
	09.00-11.00	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	SHOPEE	
	11.00-13.00	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	TIKTOK	
	11.00-13.00	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	SHOPEE	
	12.00-14.00	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	TIKTOK	
	12.00-14.00	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	SHOPEE	
	14.00-16.00	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	TIKTOK	
	14.00-16.00	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	AMEL	PUTRI	SHOPEE	
	15.00-17.00	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	TIKTOK	
	15.00-17.00	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	NOVI	NADIRA	SHOPEE	
	SHIFT 2	16.30-18.30	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	TIKTOK
		16.30-18.30	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SHOPEE
		17.30-19.30	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	TIKTOK
17.30-19.30		ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	SHOPEE	
19.30-21.30		SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	TIKTOK	
19.30-21.30		IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SAFIRA	IIN	SHOPEE	
20.30-22.30		JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	TIKTOK	
20.30-22.30		ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	JENI	ARTHUR	SHOPEE	
SHIFT 3		22.00-23.00	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	TIKTOK
		22.00-23.00	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SHOPEE
	23.30-01.00	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	TIKTOK	
	23.30-01.00	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SHOPEE	
	02.00-03.30	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	TIKTOK	
	02.00-03.30	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SHOPEE	
	04.30-06.00	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	TIKTOK	
	04.30-06.00	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SOPHIA	NICO	SHOPEE	

Gambar 2. Jadwal *Live streaming*

**c. Fitur Shopee Live yang Membantu dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan**

1.) Voucher *Live* dan *Cashback*

Voucher *live streaming* di *e-commerce* Shopee adalah voucher yang memberikan gratis ongkir dan cashback khusus yang hanya bisa didapatkan dan digunakan selama sesi Shopee Live, yaitu *live streaming* di platform Shopee di mana *host live* mempromosikan produk mereka. Voucher ini dirancang untuk menarik pelanggan dengan menawarkan penghematan tambahan, seperti penghapusan biaya pengiriman dan pengembalian sebagian uang yang dibelanjakan dalam bentuk saldo atau koin Shopee, sehingga meningkatkan peluang pembelian implusif dan memaksimalkan penjual selama sesi *live streaming* berlangsung.

2.) Ketuk Palu

Fitur ini adalah sebuah mekanisme interaktif yang digunakan oleh *host live* selama sesi *live streaming* di Shopee untuk mengadakan *give away* atau pembagian hadiah kepada penonton.

3.) *Polling*

Fitur ini merupakan alat interaktif yang memungkinkan *host live* untuk mengadakan fitur berupa survei atau jajak pendapat selama *live streaming* yang dapat membantu penjual terhadap produk apa yang diminati dan disukai pembeli baik dari sisi model produk, warna ataupun yang lainnya. Sehingga penjual dapat mempersiapkan penjualan di masa yang akan datang.

#### 4.) Keranjang Oren

Fitur keranjang oren digunakan untuk membantu memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi ketika *live streaming* sedang berlangsung. Melalui fitur ini pelanggan tidak kerepotan lagi untuk mencari berbagai produk yang telah direkomendasikan oleh toko tersebut.

#### 5.) Klaim Koin

Fitur ini memungkinkan penjual untuk memberikan bonus koin kepada pembeli yang aktif berpartisipasi dalam sesi *live streaming*, meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan penjualan produk melalui platform Shopee Live. Jumlah koin yang ditawarkan biasanya berbeda-beda tergantung dari masing-masing toko. Fitur ini dapat memotivasi pelanggan untuk menonton *live streaming* dan membeli produk yang dipromosikan karena menawarkan bonus koin yang memperbesar kemungkinan terjadinya penjualan.

#### 6.) Kolom dan Pin Komentar

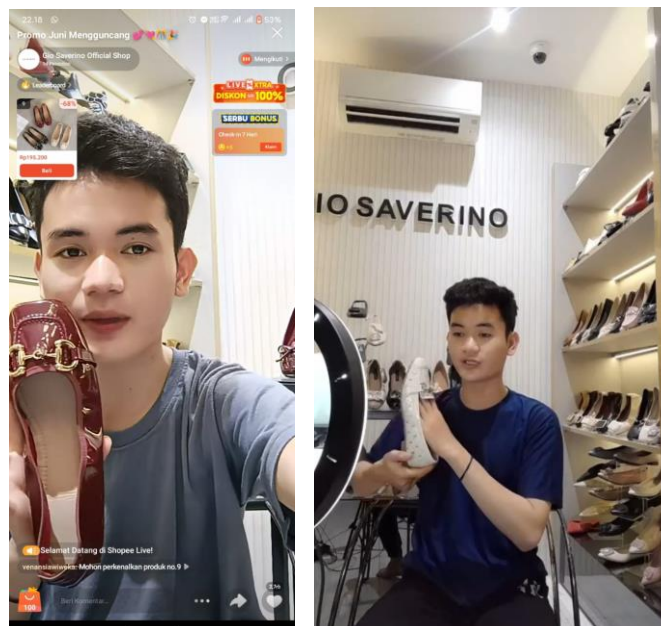
Fitur ini digunakan ketika penjual berniat untuk memberikan informasi atau saran penting, atau ketika penjual mungkin mengadakan *giveaway* yang akan diungkapkan sepanjang *live streaming* yang panjang. Fitur ini dapat digunakan untuk mengingatkan penonton tentang produk, promo, atau informasi lain yang relevan dengan *streaming*. Pin komentar memungkinkan penjual untuk menampilkan pesan yang ingin disampaikan secara spesifik dan dapat diakses oleh penonton selama sesi *streaming* berlangsung. Biasanya, kolom komentar terletak di bagian bawah jendela *live streaming*.

#### 7.) Fitur Tanya Jawab

Fitur tanya jawab adalah jenis fitur yang ada di halaman *streaming* langsung dan digunakan untuk membantu interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan fitur ini, penonton lebih mudah untuk bertanya tentang produk yang sedang dipromosikan.

#### 8.) Shopee Fitur Lelang Live

Fitur ini memungkinkan mereka untuk melihat daftar babak lelang dan pemenangnya dalam sesi *streaming*. Pemenang pertama akan mendapatkan pesan *pop-up* yang mengingatkan untuk menghubungi penjual. Namun, hanya pemenang peringkat pertama yang akan mendapatkan pesan *pop-up*, dan tidak ada batasan bagi penonton untuk mengikuti babak lelang berikutnya. Setelah *streaming* berakhir, penonton tidak dapat melihat daftar pemenang lelang lagi.



**Gambar 3.** Tampilan *Live streaming*



## SIMPULAN

Gio Saverino menjual produk di bidang brand sepatu lokal yang menyediakan berbagai macam sepatu formal hingga casual dengan desain yang terkini dan kualitas yang nyaman. Gio Saverino memamerkan produknya lewat aplikasi Shopee dengan memanfaatkan fitur *live streaming*. Dalam *live streaming* tersebut host akan menawarkan diskon produk sebagai alat promosi untuk memikat pelanggan, mulai dari gratis ongkir, flash sale, potongan diskon, dan juga voucher diskon.

Fitur *live streaming* di platform Shopee Live secara signifikan meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen. Melalui *live streaming*, penjual dapat memberikan demonstrasi produk secara *real-time* dan menjawab pertanyaan konsumen secara langsung, yang memperkuat kepercayaan pembeli. Fitur ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dan penjualan produk secara substansial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, N. (2021). *Sistem pemasaran shopee melalui flash sale dalam prespektif ekonomi syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Azalia, D., & Amin, M. (2023). Analisis Penerapan *Live streaming* Shopee dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 6(2), 117-132.
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *UG Journal*, 16(4).
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247-254.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Faizah, F. (2021). Shopee sebagai Media Promosi Penjual di Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. *Skripsi Uin Sunan Ampel. Surabaya*.
- Ginting, A. K., & Harahap, 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). *Journal of Social Research*, 1(8), 851-863.
- Kamanda, S. V. (2024). PENGARUH FITUR LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE. *JURNAL AL-AMAL*, 2(1), 1-7.
- Laut Mertha Jaya, I., & Husaini, F. (2020). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: teori, penerapan, dan riset nyata.
- Nurimani, G. S., & Rachmawati, I. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 2(1), 59-62.
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh *Live streaming* Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.
- Rakhmad, F. F., & Kusuma, Y. B. (2023). Pemanfaatan *Live streaming* Dalam Optimalisasi Penjualan Di Pt Behaestex (Studi Kasus Pada Platform Tiktok). *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 97-100.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee *Live streaming* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- SARINAH, S. (2021). "ANALISIS PERBANDINGAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI ONLINE" (Studi Kasus Pada Penjual yang menggunakan Situs "Shopee dan Bukalapak") (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Siswanto, E. J., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh *Live streaming*, Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 1-11.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.



- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58-71.
- Yuzahrani, A. R., Putra, D. S. C., Sirri, R., Fatikha, A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). ANALISIS PEMANFAATAN SHOPEE LIVE SEBAGAI PLATFORM PENGEMBANGAN BISNIS DALAM ERA DIGITAL. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 174-178.