

DAFTAR PUSTAKA

Buku/ebook:

- (Anonim, 2021). *Pedoman Penulisan dan Penyusunan Tugas Akhir Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2021*. Universitas Bakrie.
- Andrian., Christophorus, I. W. P., Jumawan, M, F. N. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Banjarnahor, A. R., Bonaraja, P., Andriasan, S., Syafrida, H. S., Risma, N. M., Iskandar, K., Dyah, G., Sukarman, P., Muliana., Muhammad, A., Diena, D. T., Hendra., Hengki, M. P. S., Richard, B., Hasryim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Kennedy, John E., & Soemanagara. (2006). *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Lindawati, S., Muhammad, H., & Jeperson, H. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Napitupulu, D., & Yoseph, P. H. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori dan Aplikasi)*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurohman. (2021). *KONTEN KREATOR: Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktok*. Indonesia 8.
- Purboyo, Sri, H., Gusti, P. E. K., Acai, S., Suwandi, S. S., Aditya, W., Riana, D. K., Erwin., Nur, H., Syamsuri, Silfiena, S., Novi, M. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Media Sains Indonesia.
- Rachmad,dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini: Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Rumondang, A., Acai, S., Samsider, S., Aditya, H. P. K., Melda, M., Andriasan, S., Janner, S., Dian, H., Tasnim., & Nina, F. A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Swastha, Basu., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Septiani, F. (2022). *Dasar Dasar Pemasaran Digital*. Cipta Media Nusantara (CMN). .
- Shimp, Terence., A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sihombing, N. S., Erwin, P., Anton, S., & Nowell, D. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Silviani, I., & Prabudi, D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, having, and being 11th Edition*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wati, A. P., Jefry, A. M., & Aniek, I. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.
- Wijaya, B. K. (2020). *Thesis and Journal Article: Citing and Referencing Guide*. Bakrie School of Communication.
- Wardhana, A., Endah, B., Novianti, B. G., Acai, S., Julyanthry., Galih, G. S., Nanda, D. R., Ade, R. S., Hardi, F., Citra, S., & Amruddin. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Media Sains Indonesia.

Jurnal:

- Amin, Desti Eka Ramadanti., & Khusnul Fikriyah. (2023). Pengaruh *Live streaming* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk *Fashion Muslim* (Studi Kasus Pelanggan Tiktok *Shop* Di Surabaya). *Jurnal Edunomika*, 7(1), 1-11. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8056>
- Anisa., Ririn, R., & Nurul, C. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* Mengenai *Live streaming* Tiktok *Shop* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>.
- Blessa, V. A., & Farida, I. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, dan Kualitas Produk serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *Shopee Live* (Studi pada Pengguna *Platform Shopee Live*). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1-11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/34010>.
- Dirnaeni, D., Irfan, A., & Christera. K. I. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur *Shopee Live*. *UG Journal* 16(4), 46-52. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/6927>.
- Faradiba, B., & Mustika, S. (2021). Covid-19: Pengaruh *Live streaming Video Promotion* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Buying Purchasing*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1-9. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2096052>.
- Ginanjari, G., & Fadhilah. (2022). Pengaruh *Live streaming Shopping* Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen *Online* dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>.
- Netrawati, G. A. O., I Wayan, N., & Baehaki, S. (2021). *The Influence of Live streaming Video on Consumer Decisions*. *Jurnal Sentralisasi*, 11(2), 159-168. <https://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/sentralisasi/article/view/1623/1083>.
- Surianto, E. J., & Utami, L. S. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Melalui Fitur *Shopee Live* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Followers Lilybelleclothing* di Aplikasi *Shopee*). *Prologia*, 5(2), 382-390. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10218>.

Skripsi:

- Hudha, I. A. (2021). Keterjangkauan Teknologi Informasi *Dalam Live streaming Shopping* untuk Menciptakan Minat Beli Pada *E-commerce Shopee*. (UMS No. B100170446) [Skripsi strata 1, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. *ProQuest Dissertations and Theses database*.
- Andara, Yuka Maya. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador K-POP IDOL NCT 127* Terhadap Minat Beli Penggemar K-POP Di Blibli. [Skripsi strata 1, Universitas Bakrie]. <https://repository.bakrie.ac.id/>
- Fadhilah, Diah Novianti (2020). Pengaruh Iklan Televisi Enervon-C Multivitamin “Jaga Daya Tahan Tubuh (15sec)” Terhadap Minat Beli Masyarakat RW 001 Kelurahan Cipinang Cempedak Jakarta Timur. [Skripsi strata 1, Universitas Bakrie]. <https://repository.bakrie.ac.id/>

Online:

- Cnbc Indonesia. (2023). Demam Live TikTok, Pedagang Thamrin City Cuan Rp400 Juta. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230131113203-33-409613/demam-live-tiktok-pedagang-thamrin-city-cuan-rp400-juta>
- Kompas. (2023). *Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari*. https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari
- Masruroh, Evita Luthfi. (2023). *Skintific Milik Siapa? Inilah Brand Skincare Asal Kanada yang Viral di TikTok Karena Produk Skin Barriernya*. <https://www.mengerti.id/sosok/6647770239/skintific-milik-siapa-inilah-brand-skincare-asal-kanada-yang-viral-di-tiktok-karena-produk-skin-barriernya?>
- Pristy, Kirana Lalita. (2022). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital*. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-Covid-19-dan-dampaknya-terhadap->
- Rizaty, Monavia Ayu. (2022). *Pengguna TikTok Dunia Capai 1,53 Miliar pada Kuartal III/2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-dunia-capai-153-miliar-pada-kuartal-iii2022>.

- Sadya, Sarnita. (2022). *Apa Media Sosial yang Kerap Dipakai Belanja Online di Indonesia?*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apa-media-sosial-yang-kerap-dipakai-belanja-online-di-indonesia>.
- Savitri, Shintia. (2022). *11 Fitur TikTok yang Wajib Diketahui | TikTokers Harus Coba!*. <https://www.rukita.co/stories/fitur-tiktok-yang-wajib-diketahui/>.
- Santoso, Joseph Teguh. (2021). *Live streaming Jadi Trend Baru Dalam Memasarkan Produk*. <https://stekom.ac.id/artikel/live-streaming-jadi-trend-baru-dalam-memasarkan-produk>
- Tempo. (2023). *Profil Bisnis TikTok: Sejarah, Data Pengguna, dan Sumber Pendapatan*. <https://swa.co.id/swa/profile/profile-company/profil-bisnis-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan>
- Uli. (2021). *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>