

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation* (3rd ed.). Rowman & Littlefield.
- Chaffey, D. & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Egan, J. (2019). *Marketing Communications* (3rd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations* (7th ed.). Pearson.
- Hardani, Aulia, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). CV. Pustaka Ilmu.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed.). Pearson.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (1st ed.). Kogan Page.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma: Metode dan Aplikasi* (1st ed.). Universitas Brawijaya Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (1st ed.). Edulitera: Malang.

JURNAL

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *JIABI*, 2.

- Adhimah, S. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Du Desa Karangbong RT. 06. RW. 02 (Gedangan, Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak, 1*.
- Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. (2022). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1*.
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live.
- Chen, J., & Liao, J. (2022). Antecedents of Viewers Live Streaming Watching: A Perspective of Social Presence Theory. *Front Psychol, 2022*.
- Dyanasari, R., & Silvialestari, D. (2022). Pengaruh Kampanye Online Tanggal Kembar E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Core UPJ, 2*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara, 1*.
- Iryana, & Kawasati, R. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif.
- Indriyani, T., & Herlina, L. (2021). Makna Interaksi Live Streaming bagi Host UpLive, XI No. 2.
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 12*.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1*.
- Octaviani, L., & Sudradjat, A. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma, 4*.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word of Mouth Terhadap Brand Trust Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'Bezt Fried

- Chicken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1.
- Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). (2022). *Journal of Social Research*, 1
- Perdana, D. B., & Fararisti, R. I. (2020). Studi Dokumen Dalam Metodologi Penelitian Kualitatif.
- Puspita Sari, A. A., & Fuadilah Habib, M. A. (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*.
- Putri, R. A., Alhadi, E., & Herawati, Y. (2021). Analisis Keputusan Konsumen Kota Palembang dalam Membeli Tiket Pesawat di Situs Traveloka.com. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1.
- Putu, I. B., Setiawan, A., & Aksari, N. M. A. (2020). Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *Manajemen*, 9.
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). Pemanfaatan Video Streaming Sebagai Media Pemasaran Pada Fitur Shopee Live. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration*, 1.
- Rachmawati, I. N. (2017). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11.
- Ramadayanti, F. (2019). *Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*, 6.
- Sudarsono, Hamzah, A., & Warastuti, R. A. (2023). *Penggunaan Bahasa dan Istilah Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Beli Online*, 10 No. 1.
- Risa. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10.

- Surianto, E. J. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasi melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing). *Prologia*, 5.
- Tambun, H. D., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astagraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6.
- Wati, D. E., Madnasir, & Hilal, S. (2022). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Ibu - Ibu Pegawai Honoror di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2.
- Winardi, R. D., Fatmawati, D., & Bastian, I. (2018). Metoda Wawancara.
- Yu, E., Jung, C., Kim, H., & Jung, J. (2018). Impact of viewer engagement on gift-giving in live video streaming. *Telematics & Informatics*, 35. Retrieved February 21, 2024
- Zhang, W., Jesica, Hertianto, Gautama, W., & Yanto, E. (2022). Pengaruh Live Selling dalam Peningkatan Niat Beli Pada Remaja. *Journal Management Business and Accounting*, 21.

SKRIPSI

- Lestari, S. R. I. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Jakarta Pusat.
- Suandra, T. S. (2022). Analisis Pengaruh Visibility, Metavoicing, Guidance Shopping, Immersion, Social Presence Dan Telepresence.

WEBSITE

About Us – Kronikel Project. (n.d.). *Kronikel Project*. Retrieved May 13, 2023,

from <https://kronikelproject.com/pages/about-us>

Ahdiat, A. (2023, May 3). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. *Databoks*. Retrieved May 10, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

Annur, C.M (2023, May 3). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Databoks, Retrieved May 13, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

Annur, C.M (2023, January 18). Lampau TikTok Shopee Jadi Sarana Live Shopping Favorit di ASEAN. Databoks. Retrieved May 13, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/18/lampau-tiktok-shopee-jadi-sarana-live-shopping-favorit-di-asean>

Bayu, D. (2022, September 21). Laporan Survei Belanja Online 2022. Data Indonesia. Retrieved May 20, 2023, from <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>

Bintang, S. (2020, July 29). Di Masa Pandemi Covid-19, Sepatu Polla Polly Merambah Mancanegara. AKSI KATA. Retrieved May 21, 2023, from <https://aksikata.com/2020/07/29/di-masa-pandemi-covid-19-sepatu-polla-polly-merambah-mancanegara/>

Burhan, F. A. (2021, October 18). Fitur Live Streaming Masih Jadi Pendongkrak Transaksi E-Commerce di RI - E-commerce Katadata.co.id. Katadata. Retrieved May 20, 2023, from https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/616d29d9196db/fitur-live-streaming-masih-jadi-pendongkrak-transaksi-e-commerce-di-ri#google_vignette

Chew, J. (2021, October 27). Live Shopping: Peluang Besar bagi Industri E-commerce di Indonesia. Tech in Asia Indonesia. Retrieved April 24, 2023, from <https://id.techinasia.com/tokopedia-live-shopping>

Dwi, J. H. (2020, September 21). Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020. Databoks. Retrieved May 2, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020>

Hamzah, H. (2021, August 5). *Promo Tanggal Kembar, Kenapa Ada Setiap Bulan?* 49. *Zenius Education*. Retrieved April 2, 2023, from <https://www.zenius.net/blog/promo-tanggal-kembar>

Jenis-Jenis E-commerce – Business Creation. (2020, October 1). *BINUS Business School*. Retrieved April 2, 2023, from <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>

Kirana. (2022, March 15). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital*. *FEB UGM*. Retrieved April 4, 2023, from <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-digital>

Laurenza, O. (2022, March 19). *Live Streaming: Definisi, Manfaat, Rekomendasi Platform - Socialights*. *Journal Socialights*. Retrieved May 13, 2023 from <https://journal.socialights.id/live-streaming-adalah/>

Lidwina, A. (2021, June 4). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. *Databoks*. Retrieved April 3, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Maulana, Y. (2020, December 20). *Jurus Erna Lejitkan Polla Polly*. *SWA*. Retrieved April 2, 2023, from <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/jurus-erna-lejitkan-polla-polly>

Riyanto, A. D. (2023, April 18). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*. *Andi Link*. Retrieved May 2, 2023, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Tentang Kami – Indonesian Shoes Store. (n.d). *KHAKIKAKIKU*. Retrieved May 13, 2023, from <https://khakikakiku.com/about-us/>

Tentang Polla Polly. (n.d). *Toko Online Polla Polly Official Shop*. Retrieved May 13, 2023, from

<https://pollapolly.com/>

Tentang Shopee – Karir | Shopee Indonesia (n.d). Careers Shopee. Retrieved May 13, 2023, from

<https://careers.shopee.co.id/about>

Widowati, H (2019, April 25). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. Databoks. Retrieved May 13, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

Yudhistira. (2023, January 1). 7 Contoh Media Promosi yang Efektif untuk Pemasaran Bisnis.

Bhinneka. Retrieved June 10, 2023, from <https://www.bhinneka.com/blog/contoh-media-promosi-adalah/>

-