

DAFTAR PUSTAKA

- Aries, M. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian.
- Belch, G. E., & Belch, M. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
- Dixon, S. J. (2024, 4 29). *Most popular social networks worldwide as of April 2024, ranked by number of monthly active users*. Retrieved from statista: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gitosudarmo, I. (2000). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF.
- Jacob, D. R. (2024). *Live Streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke -13 Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Liska, M., & Utami, F. N. (2023). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan Harga Diskon Terhadap *Impulsive Buying* Melalui Media Tiktok *Shop* Pada Generasi Z Dan Milenial Di Jakarta.
- Moleong, L. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya .
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN *Official Store*).
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya).

- Prasetyo, B. D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional)*. Malang: UB Press.
- Putri, A. R., Akhmad, K. A., & Gunaningra, R. (2024). Pengaruh Program *Voucher* Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Shopee Food.
- Salsabila, F., & Fitria, S. (2023). Analisis Perkembangan Bisnis Skincare Dengan Menggunakan *Live Streaming* Tiktok Sebagai Media Promosi (Studi Pada Brand *Skincare* Lokal *Alldays*).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Jerry, C. Olson dan Peter J. Paul (2014). "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran". Edisi Sembilan, Jakarta: Buku 2. Salemba Empat.