

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Y., 2022. **Keputusan pembelian produk**. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Creswell, J. W., 2014. ***Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)***. Sage Publications.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., 2016. ***Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)***. Pearson Education.
- Djaali., 2020. **Metodologi Penelitian Kuantitatif** . Jakarta: Bumi Aksara
- Hikmawati, F., 2020. **Metodologi Penelitian**: PT Rajagrafindo Persada
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). ***Principles of Marketing***. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2021. ***Marketing Management (16th ed.)***. Pearson Education.
- Morissan M. dkk., 2017. **Metode Penelitian Survei**. Jakarta: Kencana
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., & Giswandhani, M., 2020. **Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar**. Yayasan Kita Menulis.
- Sahir, S. H., 2021. **Metodologi penelitian**. Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., & Purbasari, R. (2023). **DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital**. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sudaryono, P. K., 2014. **Dalam Perspektif Pemasaran**. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono., 2013. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono., 2021. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d**. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono., 2019. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono., 2018. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., 2014. **Metodologi penelitian**. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.
- Aji, W. N., 2018. **Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia**. In Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia (Vol. 431, No. 2, pp. -440).
- AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., dan Al-Haddad, S., 2021. *Examining the impact of influencers' credibility di-mensions: attractiveness, trustworthy-ness, and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. Review of International Busi-ness and Strategy*, 31(3): 355–374.
- Anisa, C., & Rahmatullah, R., 2020. **Visi dan misi menurut Fred R. David dalam perspektif pendidikan islam**. Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 4(1), 70-87.
- Aryatinigrum, S. W., & Insyirah, A. I., 2020. **Pengaruh pemberian price discount terhadap loyalitas konsumen pada pengguna online marketplace**. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3), 946-53.
- Bründl, S., Matt, C., & Hess, T., 2017. *Consumer use of social live streaming services: The influence of co-experience and effectance on enjoyment*.
- Chan, S., & Asni, K., 2022. *the Role of Sequence Mediation on the Influence of Live-Streaming Shopping Attribute on Purchase Intention*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 20(4).
- Gunadi, A. A., 2017. **Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Imajinasi Anak**. Refleksi Edukatika: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7(2).
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E., 2018. **Pengaruh social media marketing terhadap customer bonding dan purchase to intention**. Cakrawala-Jurnal Humaniora, 18(2), 235-242.
- Haq, S., Wahono, B., & Khalikussabir, K., 2023. **Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dengan Menggunakan Pendekatan Epic Model (Studi Kasus Pada Garden Café)**. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Lee, C.-H., & Chen, C.-W., 2021. *Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework. Information*, 12(6), 241.

- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W., Yulianthini, N. N., & SE, M., 2014. **Pengaruh citra perusahaan, citra produk dan citra pemakai terhadap keputusan pembelian produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja.** *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Rasyid, M. H., 2020. **Pembelajaran Puisi Secara Daring Dengan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi (Tik Tok) Kelas X Sma Negeri 3 Pati.** *In Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)* (Vol. 3, No. 1, pp. 352-358).
- Rambe, A. S., Siregar, A., Fitri, H., Ardianti, I., Faturrahman, A., Pandiangan, H. E., & Zahra, M., 2024. **Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di "Tiktok" pada Pedagang dengan Cara Live Shopping.** *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3710-3714.
- Saputra, G. G., & Fadhillah, F., 2022. **Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian.** *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452.
- Sarumpaet, K. G., & Sudjiman, P. E., 2024. **Pengaruh Live Streaming Onlineshop Dan Layanan Gratis Ongkir Terhadap Minat Keputusan Pembelian Produk Fashion Toko Onlineshop Shopee.** *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2).
- Song, C., & Liu, Y. L., 2021. **The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China.**
- Yusi, S., & Idris, U. (2016). **Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial.** Universitas Sriwijaya.
- Databoks.katadata.co.id., 2024. **Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia.** Diakses pada 6 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Pakarkomunikasi.com., 2017 **Media Sosial Menurut Para Ahli.** Pakarkomunikasi.com. Diakses pada 27 Februari 2024, dari <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Somethinc.com., 2019. **Somethinc Official Website.** Diakses pada 6 Maret 2024, dari <https://somethinc.com/id/>
- Statista.com., 2024. **Countries with the largest TikTok audience as of January 2024.** Diakses pada 27 Februari 2024, dari

<https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>