

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yasmin, S. T. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 70.
- Alase, A. (2017). The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. *International Journal of Education & Literacy Studies*, 10-19.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 319.
- Arvanitha, S. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha Yang Terdaftar Pada Go Food). *Universitas Muhammadiyah Makasar*, 4.
- Arvanitha, S. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha Yang Terdaftar Pada Go Food). *Universitas Muhammadiyah Makasar*, 47.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 50.
- Blumler and Katz. (1974). The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. *Sage Annual Reviews of Communication Research Vol 3*.
- Bogdan, R. &. (1992). Qualitative Research for Education. *Boston, MA: Allyn and Bacon*, 21-22.
- D. Untari, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari Manajemen*, 273.
- Databoks. (2021, 12 15). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Dr. Humaizi, M. (2018). Uses and Gratification. *USU Press*, 1.
- Drg. K. R. Soegijono, M. (1993). Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data. *Media Litbangkes Vol. III No. 01*, 18.

- F. Sigar, M. S. (2021). Respons Masyarakat Pada Live Streaming Jual Beli Klontong Langowan. *Universitas Sam Ratulangi*, 8.
- Facebook. (2022). *Praktik Terbaik Streaming Siaran Langsung untuk Siaran Utama*. Retrieved from Meta for Bussines: <https://id-id.facebook.com/business/help/626637251511853>
- Fitryani, A. S. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Covid-19 Dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat Sidoarjo. *Semnastekmu 2021*, 71.
- H.S Zainiyati, N. M. (2021). Penggunaan Mobile Learning dengan Live Streaming Facebook pada Mata Pelajaran Qur'an Hadith. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 133.
- Hamni Fadlilah Nasution, M. (2016). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 64.
- Instagram. (2018). *Help.instagram.com*. Retrieved from Help Center: <https://help.instagram.com/411911025604515#:~:text=Group%20conversations%20on%20Instagram%20can%20include%20up%20to%2032%20people>
- Katharina Rein, T. V. (2017). Ploughing digital landscapes: How Facebook influences the evolution of live video streaming. *HAL open science*.
- Katz, B. J. (1974). The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research. *Beverly Hills: Sage Publication*.
- Katz, Blumler dan Gurevitch. (1974). The U&G Theory and Social Development—1970's .
- Kemp, S. (2021, February 11). *Digital 2021: Indonesia*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Knowledge. (2021, 10 22). *Manfaat Penerapan Digital Marketing Untuk Bisnis Di Era Teknologi*. Retrieved from Redcomm Indonesia: <https://redcomm.co.id/knowledges/manfaat-penerapan-digital-marketing-untuk-bisnis-di-era-teknologi?readmore=true>
- Kompas. (2022, 1 28). *Layaknya WhatsApp, Berikut Cara Bikin Grup Percakapan di Instagram*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/28/140500365/layaknya-whatsapp-berikut-cara-bikin-grup-percakapan-di-instagram#:~:text=Adanya%20fitur%20grup%20di%20Instagram,sampai%20sebanyak%20maksimal%2032%20orang>.
- Mulyana, D. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif. *PT Remaja Rosda Karya*, 145.

- Permana, A. (2019, 8 16). *Pemasaran Melalui Media Sosial : Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda*. Retrieved from S.E.O Anak Sholeh: <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication VIII*, 63.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *EQUILIBRIUM Vol. 5, No. 9*, 6.
- Rahmawati, B. D. (2021). Strategi Pemasaran Live Facebook Untuk Meningkatkan Daya Minat Konsumen (Studi Kasus pada Toko Dasterkecekuu Ds. Banaran, Kec. Kauman, Kab. tulungagung). *UIN SATU Tulungagung*.
- Reny Nadlifatin, ., S. (2021). Social media-based online entrepreneurship approach on millennials: A measurement of job pursuit intention on multi-level marketing. *Elsevier Journal*, 115.
- Sathya, P. (2017). A Study on Digital Marketing and its Impact. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 866.
- Simonson, J. D. (2004). Introduction of Mass Communication And American Social Thought. In P. S. John Durham Peters, *Mass Communication And American Social Thought* (p. 1). Maryland: Rowman & Little Field Publisher, Inc.
- Sudung Simatupang, E. D. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 31.
- Yohanna, A. (2020). The influence of social media on social interactions among students. *Indonesian Journal of Social Sciences Volume 12 No. 02*, 34.
- Zaenudin, A. (2017, 3 27). *Siaran Langsung di Facebook*. Retrieved from tirta.id: <https://tirta.id/siaran-langsung-di-facebook-clBw>