

DAFTAR PUSTAKA

- Ardisa, F.V., Sutanto, J., & Sondak, M.R. (2022). The Influence of Digital Marketing, Promotion, and Service Quality on Customer *Repurchase intention* At Hub22 Lounge & Bistro Surabaya. *Int. J. Econ. Bus. Account. Res.* 6, 854
- Azizah, Lukita., Gunawan, Janti., & Sinansari, Puti. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS Vol. 10, No. 2; A438 – A443.*
- Bola, R., Besan, N. F., Djunaidi, F. G., Mushpia, & Hatuwe, M. (2021). Influence of Endors Celebrity Laudia Sintia Bella On Social Media Instagram and Bella Squer Hijab Product Promotion on Consumer Buying Interest. *Uniqbu Journal of Social Sciences (UJSS) Nomor, 2(2), 125–133.*
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics, 35(1), 293-303.*
- Endarwati, Esti Tri., & Ekawarti, Yuni. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal Vol. 4 No. 1; 112 – 120.*
- Fadhilah., & Saputra, Gaalih Ginanjar. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan *e-wom* pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *Jurnal INOVASI Vol. 17 No.3: 505 – 512.*

- Faradiba, Besse., Syarifuddin, Mustika. (2021). Covid-19: Pengaruh *Live streaming* Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *ECONOMOS : Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 4 No.1*
- Febriani, Fatimah., Cuandra, Fendy. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Equity Dan *Streamers* Credibility Terhadap *Purchase intention* Konsumen Daring Di Kota Batam Melalui *Live streaming*. Vol. 3 No. 5
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Ivan, Mahdi. (2022). Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015 – 2022). Diakses pada 9 September 2022 pukul 19.03 WIB dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath
- Liu, Lingfei. (2021). Factors Affecting Consumers' Purchasing Behaviours in *Live streaming* E-Commerce: A Review. 1. (Eds.): *ICEDBC 2022, AEBMR 225*, pp. 508–515.

Mumtaz, Zayyan Syafika., & Saino. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen Vol.13 No.2*: 282 – 291.

Pahlevi, Reza. (2022). *Pengguna Internet di Dunia Capa 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022*. Diakses pada 8 September 2022 pukul 11.01 WIB dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022>.

Pratiwini, Citra., Ratnaningtyas, Aisyah., Adhandayani, Amalia. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi : Media Ilmiah Psikologi Vol. 20 No. 2*

Priansa., D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta .

Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP) 4(1)*, 33. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>

Rahmatillah, Fajri., & Saefuloh, Deddy. (2022). Analisis Pengaruh Konten Pemasaran TikTok terhadap Niat Beli: Studi Kasus Pada Produk UMKM Makanan. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*; 1099 – 1104.

Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya

- Song, C., & Liu, Y. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and *purchase intention* in China 23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and...". Econstor.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.

