DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, F., & Hudrasyah, H. (2022). Factors influencing product purchase intention in TikTok live streaming shopping. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, *7*, 571–586.

Ali Nurdin, Agoes Moh. Moofad, Advan Navis Zubaidi, & Rahmad Harianto. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Ahmad Fauzi, Ed.; 1st ed.). IAIN Sunan Ampel Press.

Amelia, I. T., & Zaini, M. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Creative Digital Agency pada Branding.in Samarinda. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *8*(2), 1482. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1359

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Asmarani, Prodi, P. M., Angkatan, M., Bhayangkara, U., Raya, J., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). *Pengaruh Live Shopping, Discount, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Tiktok Shop*. *2*(8), 425–437. https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2308

Avelia Farera Gabrile Diarya, & Veni Raida. (2023). Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey Di Surabaya dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 125–133.

Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, *3*(2), 181.

Deddy Mulyana. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pegantar*. PT Remaja Rosdkarya.

Disa, S. M., & Kesuma, T. M. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Konsumen Di Portal E-Commerce Zalora. Co. Id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *2*(1), 202–223.

Dwi Putri Robiatul Adawiyah. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, *14*(2), 135–148.

Elvi Susanti, & Suhroji Adha. (2023). The Effect of Tik Tok Live Streaming in Increasing Consumer Trust and Purchasing Decisions. *Formosa Journal of Applied Sciences*, *2*(12), 3293–3306. https://doi.org/10.55927/fjas.v2i12.7214

Ezi Hendri. (2019). *Komunikasi Persuasif, Pendekatan dan Strategi* (Anwar Holid, Ed.; Pertama). PT Remaja Rosdakarya.

Fatharany Kamilla, W., & Adjeng Mariana, R. F. (2024). *Pengaruh Live Streaming Shopping dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna TikTok di Universitas Widyatama)*. *5*. https://doi.org/10.38035/jmpis

Haryono, C. G. (2020). *Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S Pasaribu, Hadiansyah Ma'sum, Leili Kurnia Gustini, Hana Rengganawati, Dani Anggoro, Arief Yanto Rukmana, & Angga Aditya Permana. (2023). *Social Media Marketing* (D. Sari, Ed.; Pertama). 2023.

Kelaut Dia, & Sri Wahyuni. (2021). *TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF BUYA YAHYA PADA CERAMAH "APA DAN BAGAIMANA HIJRAH ITU?"* https://isnawijayanti.wordpress.com

Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif. *Jakarta: Prenadamedia Group*, *30*.

Lenggihunusa, A. Y., Sanadi, E., Raharja, S. J., Auliana, L., & Hakim, M. A. (2024). ANALISIS PENGGUNAAN LIVE SHOPPING TIKTOK DALAM MENDORONG MINAT BELI KONSUMEN SKINTIFIC. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *13*(1), 359. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.995

Leonindhira, A. G., Zefanya, A. N., Tita, D. A., Adjisani, K. M., & Zuhri, S. (2024). Interaksi Lobi dan Negosiasi dalam Pemasaran Live Streaming Media Sosial Tiktok: Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @pucelleid. *Journal of Internet and Software Engineering*, *1*(3), 10. https://doi.org/10.47134/pjise.v1i3.2579

Mubarok, M. H., Madonna, M., & Reza, F. (2024). Host Communication Styles and Language Variations in Context of TikTok Live-Streaming Commerce. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *23*(1), 77–90. https://doi.org/10.32509/wacana.v23i1.3531

Nuraini, R., Fadillah Putra, A., & Sefti Prianita, N. (2024). PEMANFAATAN FITUR LIVE STREAMING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK GIO SAVERINO DI SHOPEE LIVE UTILIZATION OF LIVE STREAMING FEATURES TO INCREASE SALES OF GIO SAVERINO PRODUCTS ON SHOPEE LIVE. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 2). https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

Rasta, B. B., & Sumardjijati. (2024). *Komunikasi Persuasif dalam Fitur TikTok Live Streaming pada Perilaku Impulsive Buying Generasi Z*. http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id

Sitti Roskina Mas, & Phil. Ikhfan Haris. (2020). *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)* (pertama). UNG Press Gorontalo.

Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2015). Sosiologi Suatu Pengantar Sastra. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.

Tri Dayakisni, & Hudaniah. (2015). *Social Psychologi - Indonesia*. UMM Press.

Vaz, M. R. V., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal). *SEIKO: Journal of Management & Business*, *5*(1), 275–286.

Wijoyo, S. G. (2023). *Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat*. *2*(2), 109.

Yurindera, N. (2023). Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility. In *Jurnal Esensi Infokom* (Vol. 7, Issue 1).