

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Effendy, O. Uchjana., & Surjaman, Tjun. (1990). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, & Onong Uchjana. (1986). *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Elsa. (2008). *Latihan Singkat tangkas Mempengaruhi dan Bekomunikasi Efektif*. Sremabi Ilmu Semasta.
- Hasan, T., & Majid, A. M. (2021). *Komunikasi Persuasif/Komunikasi Perubahan Perilaku*. 16–21.
- Himayati. (2008). *Eksplorasi Zahir Accounting*. PT Elex Media Komputindo.
- Maulana, H., Gumelar, G., Komunikasi, P., & Edisi, D. P. (n.d.). *IN ME IN MED N MEDIA i N MEDIA i DIA IA A IN MEDIA N MEDIA N MEDIA*. [www.penerbitinmedia.com/modul_pengantar_ilmu_komunikasi_\(1\).pdf](http://www.penerbitinmedia.com/modul_pengantar_ilmu_komunikasi_(1).pdf).
- Mojopahit, J., & Sidoarjo, B. (2021.). *Buku Ajar DIGITAL MARKETING Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Soemirat, S., Si, M., Drs, A., & Suryana, M. S. (n.d.). *Falsafah dan Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, P, H, A., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Tasnim, H, D., & Arif, N,M. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. (2020.). Yayasan Kita Menulis

Jurnal

- Agustin, A., & Sampoerno. (2023). TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF HOST LIVE STREAMING TERHADAP PENONTON DI APLIKASI WISH LIVE. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 2(7). <https://doi.org/10.58344/jii.v2i7.3292>
- Ali, M., Rosadi, I., & Manafe, L. A. (2022). Persuasive Communication Strategy Implementation In Attracting Consumer Interest. *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer Reviewed-International Journal*, 2(2), 223–232. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis>.<https://cvodis.com/ijembis/article/view/62>
- ANALISIS PENGARUH KUALIATAS PELAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE INDONESIA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UII PENGGUNA SHOPEE.* (n.d.).
- Apriadi, D., Saputra, A. Y., Informasi, S., Bina, S., & Jaya, N. (2017). *E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian.* 1(2), 131–136. <http://jurnal.iaii.or.id>
- Cozzio, C., Volgger, M., Taplin, R., & Woodside, A. G. (2020). Nurturing tourists' ethical food consumption: Testing the persuasive strengths of alternative messages in a natural hotel setting. *Journal of Business Research*, 117, 268–279. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.050>
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Euodia, O., & Oktavianti, R. (2023). THE INFLUENCE OF PERSUASIVE MESSAGES FROM INFLUENCERS ON THE TIKTOK APP ON CONSUMER BUYING INTEREST. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 116–124. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25746>
- Fransiska, V., & Paramita, S. (n.d.). *Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram.* www.cncbindonesia.com
- Hennita, G., Efna Prisylia, M., & Saffira, V. (n.d.). *ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM FRELYNSHOP DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE.*
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Ma, Y. (2021). To shop or not: Understanding Chinese consumers' live-stream shopping intentions from the perspectives of uses and gratifications, perceived network size, perceptions of *digital* celebrities, and shopping

- Muranko, Z., Andrews, D., Chaer, I., & Newton, E. J. (2019). Circular economy and behaviour change: Using persuasive communication to encourage pro-circular behaviours towards the purchase of remanufactured refrigeration equipment. *Journal of Cleaner Production*, 222, 499–510. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.219>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). PENGARUH LIVE STREAMING SELLING, REVIEW PRODUCT, DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Royle, J., & Laing, A. (2014). The digital marketing skills gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries. *International Journal of Information Management*, 34(2), 65–73. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.11.008>
- Sa'adah, S. N., Alfiyah, R., Hidayah, N., Zikrinawati, K., Fahmy, Z., Islam, U., & Walisongo, N. (n.d.). *PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP*.
- Sari, A. A. P. (2023). *Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung)*.
- Sumarno. (2020). *ANALISIS ISI DALAM PENELITIAN PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA*.
- Surianto, E. J., Savitri, L., & Utami, S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing) (Vol. 5, Issue 2).
- Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (n.d.). *Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok*.
- Warren, C., Becken, S., & Coghlan, A. (2017). Using persuasive communication to co-create behavioural change—engaging with guests to save resources at tourist accommodation facilities. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 935–954. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1247849>
- Wijaya, S. F. N. (2022). *Pengaruh Live Shopping dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan)*.

Sumber Internet

- Annur, C. M. (2022, Agustus 6). *Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>
- Apriyatama, A. (2021). UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN ES NGILER DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Di Kelurahan Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram*, 19. <http://repository.ummat.ac.id/4966/>.
- Maulana, F. (2023, September 12). *Sehari Jualan di TikTok Shop, Mami Louisse Pecahkan Rekor Penjualan Rp 15 Miliar*. Retrieved from pepnews.com: <https://pepnews.com/wanita/p-4169544914021f0/sehari-jualan-di-tiktok-shop-mami-louisse-pecahkan-rekor-penjualan-rp-15-miliar>
- Pratama, A. (2023). *Akun Louisse Scarlett Jual Produk di Tiktok Shop Hingga Rp 15 Miliar dalam Sehari*. infobrand. <https://infobrand.id/akun-louisse-scarlett-jual-produk-di-tiktok-shop-hingga-rp15-miliar-dalam-sehari.phtml>
- TikTok Shop Resmi Ditutup, Mendag Imbau Seller Beralih ke e-Commerce*. (2023, Oktober 5). Retrieved from www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231004233026-625-1007272/tiktok-shop-resmi-ditutup-mendag-imbau-seller-beralih-ke-e-commerce>
- Tracy, B. (2023, April 24). *Three Elements of Persuasion - Ethos, Pathos, logos*. Retrieved from www.amanet.org: <https://www.amanet.org/articles/three-elements-of-persuasion/>