

## DAFTAR PUSTAKA

- Aesthetika, N. M., Febriana, P., & Recoba, A. M. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Agustina, Lidya. (2020). LIVE VIDEO STREAMING SEBAGAI BENTUK PERKEMBANGAN FITUR MEDIA SOSIAL . 19.
- Ahyar, H., Sukmana, D. J., Adriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Rahmatul, R. I., . . . Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group.
- Ayesha, I., Pratama, I. A., Hasan, S., Amaliyah, Made Santi Diwyarthi, N. D., Utami, R. D., . . . Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Ayesha, I., Pratama, I. A., Hasan, S., Amaliyah, Made Santi Diwyarthi, N. D., Utami, R. D., . . . Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.  
Bali: Universitas Udayana.
- Batubara, J. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. Padang: Universitas Islam Negeri .
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE.
- Creswell, J. W., & Cresswell, D. (2018). *Research Design*. Amerika: SAGE CV. Penerbit Qiara Media.
- Daud, Q., & Simamora, V. (2022). PERAN TRUST MEMODERASI PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT BELI TERHADAP TAS BEKAS BERMEREK DI FACEBOOK LIVE STREAMING.
- Desiana, Z., Rifatah, F., & Sahputra, D. (2022). Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok.
- DM Hasanah, U. (2023). Communication Strategy of Facilitators in the Implementation of Independent Graduation of Beneficiary Families of the Program Keluarga Harapan (PKH) in Minasetene District.
- Fahrizal, M. Y. (2019). Opini Publik Tentang Destinasi Pariwisata Danau Toba sebagai Global Geopark Kaldera Unesco Melalui Website Kompas. Com (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Fisip USU).
- FENOMENA IMPLUSIVE BUYING PADA FLATFOM TIKTOK SHOP. 33.
- Fidanty Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO ONLINE .
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. PASURUAN: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, S.E., M.M, D. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Jawa Timur:
- Hakim, L. N. (2013). ULASAN METODOLOGI KUALITATIF: WAWANCARA TERHADAP ELIT.
- Hamnoer, H., & Oktaviani, F. (2024). The role of shoope's live streaming feature

- as digital marketing for online shop Kalukalu.id.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2021). MEMAHAMI IMPULSIF BUYING DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 45.
- Khoirun Nida, F. L. (2020). PERSUASI DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA. 79.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2016). *Marketing Management*. United States of America: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (t.thn.). *Marketing Management*.
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H., & SETIAWAN, I. (2017). *MARKETING 4.0*
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow Essex: Pearson.
- Kurniati, D. P. (2016). *MODUL KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL*.
- Kusniadji, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) .
- Kusumawati, T. I. (2019). *KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL*. Manado: Polimdo Press.  
Manado: POLIMDO PRESS.
- Marentek, D., Supit, V., & Mandey, N. H. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Marentek, M., Supit, V., & Henrietta J, N. M. (2020). *Komunikasi pemasaran*.
- Mirawati, I. (2021). *EMANFAATAN TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA Moving from Traditional to Digital*. Canada: New Jersey.
- Munajat, C., Firanti, D., Subagja, R., & Laillatul Qodri, T. D. (2023).
- Nanda, C. S. (2022). Analisis Marketing Communication dalam Membangun Brand Image melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus pada Kopiria Samarinda).  
*PADA TIKTOK LIVE AKUN @erigo.store* . Senarang: UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA.
- Parianto, & Marisa, S. (2022). Komunikasi Verbal dan Non Berbal dalam Pembelajaran . *Komunikasi Verbal dan Non Berbal dalam Pembelajaran Parianto1, Siti Marisa2*.
- PENELITIAN E-COMMERCE DI ERA DIGITAL*. Universitas Padjadjaran.
- Populix. (2023, February). *POPULIX*. Diambil kembali dari <https://info.populix.co/report/indonesian-shopper-behavior-on-promotion-week/>
- Populix. (2023). *Indonesia Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*. Populix.
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Nastiti, N. E. (2021). PEMANFAATAN VIDEO STREAMING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA FITUR SHOPEE LIVE. 146.
- Pratiwi, E., & Krishernawan, I. (2020). *Mengelola Customer Impulse Buying Pada Bisnis Retail Fashion Modern*. Mojokerto.
- Putri, G. E. (2021). FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE MELALUI E-COMMERCE.
- Rahmani, A., Senalajari, W., & Amalia, F. A. (2022). Pengaruh Visual Scene,

- Perceived Enjoyment, dan Perceived Usefulness pada Niat Belanja Thrift Product Melalui Shopee Live.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. 349.
- Renica Rehatalanit, Y. L. (2016). PERAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS . 63.
- Rianto, P. (2020). *MODUL METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Yogyakarta: S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Salman, & Mulia, R. P. (2024). Pengaruh Pesan Persuasif Oleh Penjual Melalui Live Streaming Shopee Dalam Menarik Minat Pembeli Untuk Checkout.
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan. 83.
- Sanjaya Laben, Y. A. (2023). *ANALISIS TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF*
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktarina, R. (2021). *ANALISIS PERAN ORANGTUA DALAM MENGATASI PERILAKU SIBLING RIVALRY ANAK USIA DINI*.
- Saputri, A. A., & Fajri, C. (2021). Jogja Digital Valley's persuasive communication strategy in improving the potential of digital creative industry in Yogyakarta. *Commicast*, 2(1), 41-51.
- Suriyanto, E. J., & Setyo Utami, L. S. (2021). Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing).
- Suriyanto, E. J., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing).
- Tahir, A. (2023). Persuasive Communication in the Development of Muslim Converts Religion. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan*, 16(1), 19-31.  
Universitas Bina Bangsa Getsempena.  
Universitas Islam Indonesia.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta selatan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press.
- Wongkitrungrueng, A., Dehouche, N., & Assarut, N. (2020). Live streaming commerce from the sellers' perspective: implications for online relationship marketing.
- Yahmini, E. (2019). *KECENDERUNGAN IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA DITINJAU DARI LATAR BELAKANG KELUARGA*. 42.
- Yin, R. (2018). *Case Study Research and Applications*. California: SAGE. Saleh,

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

