

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023b, May 24). Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS? *Katadata*.
- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- Ahdiat, A. (2024, March 19). TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunanya. *Katadata*.
- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi menyongsong era Digital). *Islamic Communication Journal/Islamic Communication Journal*, 1(1).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing*.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa
- Chen, C., & Lin, Y. (2018). Corrigendum to “What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement” [Telematics Inf. 35(1) (2018) 293–303]. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1794.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publication.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. a. A. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI: STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN. *Journal IMAGE*, 8(1), 43.
- Fransiska, V., & Paramita, S. (2020). Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram. *Prologia*, 4(1), 67.
- Juliasari, A., Malihah, I. ., & Hidayati, lydia A. . (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun @Somethincofficial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2), 260–265.
- 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. *Fonduri De Investiții*, 13(1), 359.
- Monica, S. W., Soebandhi, S., & Wulandari, A. (2020). The influence of brand images, social media marketing, prices and reference groups towards buying decision in Swiwings Narotama outlet Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(3), 230–236.
- Pradika, M. F., & Sumardjijati. (2023). Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 5(4).

- Pramadyanto, M. R. (2022). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS BRAND FASHION STREETWEAR URBAIN INC. *Komuniti*, 14(1), 69–92.
- Putri, A. D. E., & Ramli, Y. (n.d.). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEMPERHATIKAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. *SWOT : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 9(1), 11–21.
- Ri'aeni, I. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK KULINER TRADISIONAL. *Lugas*, 1(2), 141–149.
- Santoso, A., Baihaqi, I., & F. Persada, S. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 50–54.
- Setini, M., Asih, D., Yasa, N. N. K., Utami, N. M. S., & Giantari, I. G. a. K. (2020). The role of brand image in mediating the influence of customer perceived value on the loyalty of Facebook users. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(05-SPECIAL ISSUE), 1284–1293.
- Septianti, W., Setyawati, I., & Permana, D. (2021). The Effect of Halal Products and Brand Image on Purchasing Decisions with Purchase Interest as Mediating Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 271–277.
- Sikumbang, A. T. (2014). Komunikasi Bermedia. *Jurnal Iqra'*, 8(1), 64.
- MSi, R. P. (2019). *Komunikasi pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. A. (2019). Effect of brand image, the quality and price on customer satisfaction and implications for customer loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals)*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sutanto, W. D. R., & Kussudyarsana, K. (2024). The role of brand trust, brand image, brand equity on repurchase intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 119–128.
- Song, C., & Liu, Y. (2021). The effect of live-streaming shopping on consumer's perceived risk and purchase intention in China. *Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a post-Covid World"*, 1–18.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social media marketing untuk meningkatkan brand image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1).
- Tuten, T., & Solomon, M. (2018). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Application: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publication.