

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. (2020a). Teknik Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Abdul, A. (2020b). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). *Live streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi*.
- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial Live Video Streaming As a Development of Social Media'S Feature. *Diakom Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 17–23.
- Alontory, Y., Rachman, R., Heryadi, A., & Furqon, T. (2023). Direct Selling Di Era Digital Melalui Online Store Di Media Sosial: Studi Pada Konten Live Streaming Tiktok. *Komversal*, 5(2), 262–276. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1500>
- Andriana, P., & Fauziya, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Segmentation, Target, Positioning (STP), dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Jas Hujan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2326–2334. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2588>
- Arriza, M. H. (2024). *Pengaruh Preferensi Konsumen, Iklan Online Dan Live Shopping Terhadap Minat Beli Ulang Shopee Pada Generasi Z Di Karesidenan Madiun*.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Case Study Method in Qualitative Research. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Branding. (2023). *Purchase with Purchase: What Does it Mean?* UCT Asia. <https://uct-asia.com/purchase-with-purchase-what-does-it-mean/>
- Budiartawan. (2024). *Pengertian, Jenis, Manfaat dan Cara Kerja SEO (Search Engine Optimization)*. Undiksha. <https://uptik.undiksha.ac.id/pengertian-jenis-manfaat-dan-cara-kerja-seo-search-engine-optimization/>
- Chaffey, D. (2022). *SOSTAC Marketing Plan Model*. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/sostac-marketing-plan-model/>
- Chaffey, D. (2023). *SOSTAC® marketing planning model guide and the RACE Growth System*. <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/sostac-model/>

- Cinthya. (2021). *Diskon Adalah: Pengertian, Jenis dan Cara Menghitung Diskon*. Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/diskon-adalah/>
- Ciputra, U. (2023). *Strategi Pemasaran di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan*. Universitas Ciputra. <https://www.ciputra.ac.id/en/strategi-pemasaran-di-era-digital-untuk-meningkatkan-penjualan/>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018a). Research Design Qualitative, quantitative and mixed methods research. In *Introducing English Language*. <https://doi.org/10.4324/9781315707181-60>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018b). Research Design Qualitative, quantitative and mixed methods research. In *Introducing English Language*. <https://doi.org/10.4324/9781315707181-60>
- Dconsulting. (2019). *Pentingnya Balanced Scoreboard Untuk Ukur Kinerja Perusahaan*. D'Consulting Business Consultant.
- Delyani, G. (2022). *Pengertian Data Sekunder Menurut Beberapa Ahli*. DQLab. <https://dqlab.id/pengertian-data-sekunder-menurut-beberapa-ahli>
- Duong, & Khuong. (2019). The Effect of In-Store Marketing on Tourists' Positive Emotion and Impulse Buying Behavior – An Empirical Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 10(5), 119–125. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2019.10.5.648>
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 3400–3412.
- Erlina, & Aribowo, H. (2023). Jurnal Mirai Management Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di “Tiktok” pada Pedagang dengan Cara Live Shopping. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 219–239.
- Faradilla. (2024). *Affiliate Marketing: Pengertian & Cara Sukses Memulainya 2024*. Hostinger. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-affiliate-marketing>
- Firmansyah, A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, A. N., Fabriar, S. R., & Hilmi, M. (2021). Branding fashion muslim (studi analisis brand wearing klamby). *Islamic Communication Journal*, 6(1), 31–48. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.1.7872>
- Gradin. (2024). *Keuntungan Menggunakan Jasa TikTok Live*.
- Hadirr. (2023). *Fakta Menarik Wearing Klamby, Bisnis Fashion yang Go Global*.
- Harianto, A. L. (2022). Aplikasi Budaya Guanxi Dalam Repurchase Intention Konsumen Live Shopping Tiktok Eonniedaily.Wear Melalui Pengaruh Perceived Similarity Dan Perceived Expertise. *Petra International Journal of Business Studies (IJBS)*.
- Hariyanto. (2024). *Social Media Marketing dan Contohnya*.

- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Haryati, D., Suhud, A., & Sadat, A. (2023). *Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Consumer Trust Dan Repurchase Intention Pada Social Commerce TikTok Di DKI Jakarta: Studi Kasus Pada Pelanggan TikTok Shop*.
- Hayes, A. (2024). *Pemasaran Media Sosial (SMM): Apa Artinya, Cara Kerja, Kelebihan dan Kekurangan*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp>
- Himma, F. (2022). *Call to Action Adalah: Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/call-to-action-adalah>
- Info, R. (2023). *Platform: Pengertian, Fungsi, dan Contohnya*. Ragam Info.
- Istiani, A. N. (2015). Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48–55. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n1.6>
- Ivoniasari, O., & Abadi, T. W. (2024). *TikTok Live Streaming as a Digital Marketing Communication Media [TikTok Live Streaming sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital]*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/article/view/33474>
- Jauhari, S. (2023). *Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop*. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>
- Jobstreet. (2024). *Inilah Contoh Personal Selling dan Teknik Lengkapnya*. Jobstreet by Seek.
- Kaharuddin. (2021). *Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi*. IX(April), 1–8.
- Kemenkeu. (2019). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Pusdiklat Keuangan Umum.
- Klamby. (2023). *Klamby: Membawa Elegansi dalam Mode Busana Modest di Indonesia*. Klamby.Id. <https://klamby.id/blogs/journal/klamby-membawa-elegansi-dalam-mode-busana-modest-di-indonesia?srsLtd=AfmBOoqqo6JHFY2IVr4PQi7fFchVyp3gfAbBrrR-qdOckreQzV78gol6>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Kusumaningsih, et al. (2021). Buku Panduan Marketplace. In *Global Aksara Place*. <https://doi.org/10.1109/MIC.2002.1003125>
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.Id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349>

- Mahoney, L. M., & Tang, T. (2017). *Strategic Social Media: From Marketing to Social Change [Medios Sociales Estratégicos: De Marketing al cambio social]*.
- Marcomm. (2023a). Live Shopping dan Elemen Penting di Dalamnya. *Jet Commerce*.
- Marcomm. (2023b). Live Shopping dan Elemen Penting di Dalamnya. *Jet Commerce*. <https://jetcommerce.co.id/update/element-penting-live-shopping/>
- Mayasari. (2021). Laporan dan Evaluasi Penelitian. *Alacrity: Journal Of Education*.
- Maytanius, J., Wahyudi, H., Lim, R., & ... (2023). Analisis Digital Marketing UMKM Creativ. *Jurnal Pengabdian ...*, 4(2), 1563–1567.
- McDonald, J. (2022a). Social Media Marketing Workbook 2022. In *Schmalenbach Business Review* (Vol. 40, Issue February).
- McDonald, J. (2022b). Social Media Marketing Workbook 2022. In *Schmalenbach Business Review* (Vol. 40, Issue February).
- Meilyana, E. (2018). *Content Marketing*. Binus University. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>
- Meiriza, A., & Sawitri, R. (2023). Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.xxxxx>
- Mizukoshi, K. (2023). Case Study Research and Applications. In *Japan Marketing Journal* (Vol. 43, Issue 2). <https://doi.org/10.7222/marketing.2023.045>
- Mukhlasin, A., & Hidayat, M. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Mullin, R. (2018). *Promotional Marketing* (Second Edi). Routledge.
- Nakarmi, A. (2018). *Effect Of Sales Promotion On Consumer Behaviour*. 1–44.
- Nurhadi, Z. F., Mujiyanto, H., & Apriana, H. A. (2020). Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garut. *Jurnali Komunikasi Dan Media*, 6(1), 109–124.
- Ogden, Steve & Minahan, B. (2015a). *Sales Promotion Decision Making Concepts, Principles, and Practice*. Business Expert Press.
- Ogden, Steve & Minahan, B. (2015b). *Sales Promotion Decision Making Concepts, Principles, and Practice*. Business Expert Press.
- Pelesia, K., & Paramita, S. (2023). Digital Marketing Communication Process In Live Shopping On TikTok. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(4), 365–370. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i4.29057>
- Pradika, M. F., & Sumardijjati. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 05(04), 12807–12820. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2267>

- Pramadyanto, M. R., & Irwansyah. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. *Jurnal InterAct*, 11(2), 121–134. <https://doi.org/10.25170/interact.v11i2.3312>
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2502–1419), 1–25.
- Putri, S. (2019). *Mengenal Wearing Klamby, Olshop yang Sering Sold Out dalam Hitungan Detik*. Wolipop. <https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-4530323/mengenal-wearing-klamby-olshop-yang-sering-sold-out-dalam-hitungan-detik>
- Quesenberry, K. (2019). *Social Media Strategy : Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution*.
- Rahman, H. (2024). *Host Live Streaming: Tugas, Gaji, hingga Skills yang Dibutuhkan*. <https://socialmediamarketer.id/blog/cara-promosi-lewat-live-shopping/>
- Rayhaniah, S. A. (2022a). Komunikasi pemasaran. *Jakarta: Erlangga*, 45, 100–101. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q8u3d>
- Rayhaniah, S. A. (2022b). Komunikasi pemasaran. *Jakarta: Erlangga*, 45, 100–101. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q8u3d>
- Rita, F., Wail, M., Jumiyati, S., Erland, Mouw., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *PT . Global Eksekutif Teknologi* (Issue Maret).
- Santoso, J. (2021). *3 Platform Yang Sering Digunakan Dalam Bisnis Online*.
- Sarah, S. (2023). *Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop*. Goodstats.
- Setiawan, M. A., & Romadlon, A. (2024). *The Use of H5P in Islamic Religious Education Learning Media Development to Improving Self-Regulated Learning Penggunaan H5P dalam Pengembangan Media Belajar Pendidikan Agama Islam untuk Meningkatkan Kemandirian Belajar*.
- Sijabat, R., Syamsuri, Pratiwi, R., Amruddin, Hasan, Chadhiq, U., & Irhamni, R. (2022). Bisnis Digital. In *Strategi Digital Marketing* (Issue February).
- Smith, P. (2022). *SOSTAC ® Guide to your Perfect Digital Marketing Plan*. PR Smith Marketing Success. <https://prsmith.org/books/>
- Tazkiya, et al. (2024). Analysis of the Influence of Advertising Creativity, Product Campaigns, and Brand Ambassador Credibility on Customer Loyalty for the Wearing Klamby Brand. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Team, I. (2024). *What Is Brand Competition? (Definition and Examples)*. Career Guide. <https://ca.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-brand-competition>
- TikTok. (2023). *TikTok Adalah Platform Di Mana Konten Dan Transaksi Belanja Bertemu, Membantu Konsumen Menemukan Dan Melakukan Pembelian Berikutnya*. TikTok.
- TikTok. (2024). *Tentang TikTok Shop dan Showcase*. TikTok Shop Ads.

- Tobing, D. hizki, Herdiyanto, Y. K., & Astiti, D. P. (2016). Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif. *Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udaya*, 42.
- Tuten, T., & Solomon, M. (2017). *Social Media Marketing by Tracy L. Tuten Michael R. Solomon 3rd edition* -. <https://www.google.com/search?q=Social+Media+Marketing+by+Tracy+L.+Tuten++Michael+R.+Solomon+3rd+edition&tbm=bks&sxsrf=AOaemvIkW52SzjgEFjyFDMRdknjEQb-muA%3A1632358581450&ei=tdBLYY7xGs2ortoPuNqJsAc&ooq=Social+Media+Marketing+by+Tracy+L.+Tuten++Michael+R.+So>
- Tuten, Tracy & Solomon, M. (2017). *Social Media Marketing* (Fifth Edit). SAGE Publication.
- University, S. (2022). *Pengertian Email Marketing, Manfaat dan Cara Memakainya*. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/email-marketing-adalah/>
- University, S. (2024). *Apa Itu Personal Selling? Ciri, Bentuk, Prinsip dan Manfaat*. Sampoerna University.
- Wandari, D. (2018a). Analisis keunggulan bersaing UMKM ditinjau dari aspek modern marketing mix 4PS pada UMKM di kota Pematangsiantar. *LIlmu Manajemen*, 14(1), 15–30. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22652/9466>
- Wandari, D. (2018b). Analisis keunggulan bersaing UMKM ditinjau dari aspek modern marketing mix 4PS pada UMKM di kota Pematangsiantar. *LIlmu Manajemen*, 14(1), 15–30.
- Wardhani, K. (2024). *Trend Live Streaming Shopping Dalam Strategi Pemasaran Digital Saat Ini*. Unairnews.
- Widya, A. (2021). *Penelitian Kualitatif: Teknik Analisis Data Deskriptif*. DQLab. <https://dqlab.id/penelitian-kualitatif-teknik-analisis-data-deskriptif>
- Xu, C., Li, Z., & Su, J. (2022). Live Shopping Interactivity, Social Presence and Sustainable Consumer Purchase Intention: Based on TAM Model. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(8), 2631–2639. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170832>
- Yuli, D., Rasyid, M., & Bindas, A. (2024). E-Commerce Website Development Training For The Banana Chips Man Business In Tembilahan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 56–65.
- Yurindera, N. (2023). *Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility*. August. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i1.613>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>
- Zaki, M., & Rosyadi. (2018). Novi Tri Hariyanti_2018_Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era modern_VOL 15. *Manajemen Dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 2, 1, 2*.