

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al Rasyid, H. (1994). *Dasar-Dasar Statistika Terapan*. Pps Unpad.
- Al Rasyid, H. (2005). *Statistika Sosial*. Pps Unpad.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Deddy Mulyana. (2019). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia* . Karisma Publishing Group .
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Pt Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2010). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fred N. Kerlinger. (2006). *Asas-Asas Penelitian Behavioral / Fred N. Kerlinger; Penerjemah, Landung R. Simatupang; Editor, H.J. Koesoemanto (Koesoemanto, Ed.; 3rd Ed.)*. Gadjah Mada University Press.
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat Yang Sehat*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm Spss (7th Ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenge! And Opportunities Of Social Media*. Business Horizon.
- Karlinger, & Alferd N. (2006). *Asas - Asas Penelitian Behavioral (Terjemahan)*. Gadjah Mada University Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 / Philip Kotler, Gary Amstrong ; Penerjemah: Bob Sabran ; Editor: Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th Ed.)*. Erlangga.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawami, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi (A. Masruroh, Ed.)*. Cv Widina Media Utama.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.

- Nurjaman, K., & Umam, K. (2012). *Komunikasi & Public Relation*. Pustaka Setia.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi Dan Taktik*. Ghalia Indonesia .
- Rangkuti, F. (2007). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communciation*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, P. S., & Judge, T. A. (2011). *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Selemba Empat.
- Sam, U., Manado, R., Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik (Vol. 1, Issue 1)*.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D / Dr. Sugiyono; Editor: Sutopo (Sutopo, Ed.; 2nd Ed.)*. Afabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Alfabeta.
- Suryanto, Muhammad Ghazali Bagus Ani Putra, Ike Herdiana, & Ilham Nur Alvian. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Pusat Penerbitan Dan Percetakan Universitas Airlangga.

Sumber Lain

- Azzahra, H. (2021). Pengaruh Intensitas Akses Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fisip Unpas. Fisip Unpas .
- 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](http://Pusdikra-Publishing.Com/Index.Php/Jrss)
- DataIndonesia.id. (12 Desember 2023). Data Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia hingga Oktober 2023. Diakses pada 20 Desember 2023, dari <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/>
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap

Penggunaan Aplikasi Tik Tok. In Jisip (Vol. 7, Issue 2).
[Www.Publikasi.Unitri.Ac.Id](http://www.Publikasi.Unitri.Ac.Id)

Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing (Vol. 4, Issue 1).

Hakim, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain Dan Pecinta Sepak Bola). 1(7).

Hamidi. (2010). Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal Dan Laporan Penelitian. Malang Umm Press.

Primadewi, S., Fitriasari, W., Adhysti, K., Sosial, J., & Teknologi, D. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulse Pada Live Streaming E-Commerce Berdasarkan S-O-R (Stimulus Organism Response) Framework. 2(10).

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.V3i1.13625>

Resti Fauji, D. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Aerostreet Pada E- Commerce Shopee Di Kota Bandung. Fisip Unpas .

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online Di Shopee. Jurnal Administrasi Bisnis, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/Jab.V11i2.42602>

Suminar Tatik Meiyuntari Program Magister Psikologi Dosen Fakultas Psikologi, E. (2015). Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Vol. 4, Issue 02).

Tiktok.com. TikTok dan ByteDance. Diakses pada 25 Desember 2023, dari <https://www.tiktok.com/transparency/id-id/>

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi Dan Media Sosial (Communications And Social Media). Jurnal The Messenger, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.V3i2.270>

Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. Journal Of Documentation And Information Science, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.V2i1.130>

Wongkitrungrueng, A., Dehouche, N., & Assarut, N. (2020). Live Streaming Commerce From The Sellers' Perspective: Implications For Online Relationship Marketing. *Journal Of Marketing Management*, 36(5–6), 488–518. <https://doi.org/10.1080/0267257x.2020.1748895>

Yu, C., & Lo, R. (2020). Factors Affecting Customers' Purchase Intentions in Live Streaming Shopping.