

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H.R. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Afriani, Sari, Y.F., Zai, S.H.D., Pasaribu, F.H.R., Nurbaiti. 2025. Strategi Efektif dalam Meningkatkan Penjualan melalui Sosial Media di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi, Vol.2, No.1*, 361-374.
- Alamsyah, N.A. & Fikri, M.A. 2024. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship, Vol.7, No.2*, 128-144.
- Arianto, Bambang & Rani. 2024. *Pemasaran Media Sosial*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Aryanto, S.B., Widyaningsih, M., Ichwani, T. 2024. Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Dessert Box Bittersweet by Najla. *JIMP, Vol.4, No.2*, 138-149.
- Asari, A., Syaifuddin, E.R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H.D., Adhichandra, I., Nuraini, R., Bajuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F.G., Yuhanda, G.P., Murti, S. 2023. *Komunikasi Digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Barus, D.R., Simangunsong, J.S., Ginting, S.E.B., Saragih, L.S. 2024. Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi terhadap Pasar Global. *Jurnal Intelek Insan Cendikia, Vol.1, No.4*, 495-500.
- Bittersweet by Najla. 2025. [Foto Profil]. Instagram. Diakses dari [https://www.instagram.com/bittersweet\\_by\\_najla/](https://www.instagram.com/bittersweet_by_najla/)
- Bittersweet by Najla. 2025. [Halaman Toko]. Tiktok Shop. Diakses dari <https://vt.tiktok.com/ZSSX2nP7r/?page=Mall>
- Chandra, C.A., Putranto, T.D., Angellie, B., Marisa, T. 2023. E-Word of Mouth Brand Bittersweet by Najla Via Tiktok. *Jurnal Komunikasi Global, Vol.12, No.2*, 218-237.
- Dapur Cokelat Official. 2025. [Halaman Toko]. Tiktok Shop. Diakses dari <https://vt.tiktok.com/ZSSX2THpN/?page=Mall>
- Dulcet Patisserie. 2025. [Halaman Toko]. Tiktok Shop. Diakses dari <https://vt.tiktok.com/ZSSXhNHBG/?page=Mall>
- Fadhilah, Salwa. 2024. Implementasi Digital Marketing melalui Sosial Media sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada

- Pelaku Usaha Pemula (Studi Kasus: Toko Online Sadrathrifting). *Jurnal Ilmiah MEA, Vol.8, No.1*, 2105-2124.
- Goss-Sampson, Mark A. 2019. *Statistical Analysis in JAPS: A Guide for Students*. 2<sup>nd</sup> Edition JASP, University of Greenwich.
- Haribowo, R., Bilgies, A.F., Verawaty, Tannady, H., Ratnawati. 2022. Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endoser terhadap Purchase Decision Produk Bakery Bittersweet by Najla. *Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol.3, No.5*, 3220-3230.
- Harvest Cakes. 2025. [Halaman Toko]. Tiktok Shop. Diakses dari <https://vt.tiktok.com/ZSSXjbTeW/?page=Mall>
- Hwang, Joohe & Youn, Song-Yi. 2023. From Brick and Mortar to Livestream Shopping: Product Information Acquisition from The Uncertainty Reduction Perspective. *Fashion and Textiles, Vol. 10, No. 7*.
- Indartini, M., dan Mutmainah. 2024. Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- INDEF (Institute for Development of Economics and Finance). 2024. Peran Platform Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia.
- Kavtaradze, Megi. 2022. Digital Globalization - A New Era of Global Streams (Artificial Intelligence and Cyber Security Apps). *West East Journal of Social Sciences, Vol. 11, 1-7*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing (17e Global Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Machali, Imam. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maulani, Izni Nur Indrawati. 2024. Live Streaming TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital TMADE Artisan Souvenir. *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema, Vol.7, No.1*, 37-52.
- Murniati, M.P., Purnamasari, V., Ayu, S.D., Advensia, A., Sihombing, R., Warastuti, Y. 2013. *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.

- Nihayah, A.Z. 2019. Bahan Ajar 2019: Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0. Semarang: UIN Walisongo.
- Putri, E.M., Mulyati, D.J., Mulyati, A. 2024. Pengaruh *Live Streaming* dan *Brand Image* terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Pembelian Bittersweet by Najla di Shopee. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol.4 No.4*.
- Qu, Y., Khan, J., Su, Y., Tong, J., Zhao, S. 2023. Impulse Buying Tendency in Live-Stream Commerce: The Role of Viewing Frequency and Anticipated Emotions Influencing Scarcity-Induced Purchase Decision. *Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.75, 1-12*.
- Rahayu, W., Novianti, L., Istiqomah, Y. 2024. Kombinasi Digital Marketing, Marketing Konvensional dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM di Kampung Cikandang. *Jurnal Inovasi Masyarakat, Vol.4, No.1, 11-20*.
- Rinaldo, E., dan Irwansyah. 2022. Fenomena Tren Live Streaming Pada Media Sosial Dalam Perspektif Social Construction of Technology. *Artcomm Journal, Vol.2, No.5*.
- Saat, S. & Mania, S. 2020. *Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Gowa: Pusaka Almada.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sania, A.M.F., & Febriana, P. 2024. Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *CONVERSE: Journal Communication Science, Vol.1, No.2, 37-48*.
- Shin, S.I., Lee, K.Y., Yang, S.B. 2016. How Do Uncertainty Reduction Strategies Influence Social Networking Site Fan Page Visiting? Examining The Role of Uncertainty Reduction Strategies, Loyalty and Satisfaction in Continuous Visiting Behavior. *Elsevier: Telematics and Informatics*.
- Sitanggang, A.S., Nazhif, D.N., Ar-Razi, M.H., Buatun, M.A.B. 2024. Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *Jurnal Master Manajemen, Vol.2, No.3, 233-241*.
- Strauss, C., Harr, M., & Pieper, T. 2024. Analyzing Digital Communication: a Comprehensive Literature Review. *Management Review Quarterly*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Tang, Heng & Lin, Xiaowan. 2018. Curbing Shopping Cart Abandonment in C2C Markets - An Uncertainty Reduction Approach. *Electronic Markets*, Vol. 29.
- Tsabbita, A., dan Fitrihana, N. 2024. Hubungan Pengetahuan Sustainable Fashion Dengan Preferensi Pembelian Produk Fashion Pada Generasi Z. *Seminar Nasional Pendidikan Teknik Boga dan Busana*, Vol.19, No.1.
- Wang, K., Zhang, C., Li, S., Tong, X., Liao, D. 2025. Do The Characteristics of Live Streaming Matter? The Evidence from China on Consumer Purchase Intention. *Spanish Journal of Marketing - ESIC 2025*.
- Wardani, Surti. 2023. Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, Vol.3, No.2.
- We Are Social. 2024. Digital 2024 October Global Statshot Report. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/10/digital-2024-october-global-statshot-report/>
- West, Richard & Turner, Lynn H. 2017. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Edisi 5 - Buku 1)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wijayanti, T., Savitri, C., & Faddila, S.P. 2024. Pengaruh *Content Marketing* Instagram dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla (Studi Pada Followers Instagram Bittersweet by Najla Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Vol.5, No.1, 103–114.
- Wilson, G., Johnson, O., Brown, W. 2024. The Influence of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Pre-Prints.org*.
- Yang, G., Chaiyasoonthorn, W., Chaveesuk, S. 2024. Exploring the Influence of Live Streaming on Consumer Purchase Intention: A Structural Equation Modeling Approach in The Chinese E-Commerce Sector. *Acta Psychologica* 249, 1-10.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., Mustofa. 2021. *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press.