

BIBLIOGRAPHY

- Syifa Ismalia. (2022, March). *“Lady Boss: Irene Ursula, Sosok di Balik 'Somethinc' Skincare Lokal Yang Bikin Glowing”*. *Fimela* : hal. 1.
- Zinda, Intan, Tiara, and Fitroh. (2023). *“TikTok Shop: Unveiling the Evolution from Social Media to Social Commerce and its Computational Impact on Digital Marketing”*. Thesis. Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta.
- Jianyu and Siwei. (2021). *The Future Development of E-commerce in Tiktok*. paper: 241 - 242
- Maria Anita Carolina Kioek, Lena Ellitan & Yuliasti Ika Handayani. (2022). *“Pengaruh Instagram dan EWOM Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare”*. Research report. Katolik Widya Mandala University Surabaya.
- Alex Miltsov. (2022). *Researching TikTok: Themes, Methods, and Future Directions*. *Paper*. p. 1 - 2.
- Reza Pahlevi. (2022). *“10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon”*. *Katadata* : hal. 1.
- Happy Amanda Amalia. (2021). *“Somethinc Dampingi Reseller Memperkuat Kepercayaan Konsumen”*. *Investor.id* : hal .1.
- Wang, Ye and Lu, Zhicong and Cao, Peng and Chu, Jingyi and Wang, Haonan and Wattenhofer, Roger. (2021). *“How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E-commerce: A Study of Live Streaming Commerce”*. *Paper* : p. 18 - 20.
- Ying Tan and Xiaoying Li. (2022). *“The Impact of Internet on Entrepreneurship”*. *Paper* : p. 135 - 142.
- Melody M. Cuevas. (2023). *“Efficiency of Digital Marketing and Its Impact on Business Profitability”*. *Journal of Third World Economics* : p. 87 - 92.
- Elvi Susanti and Suhroji Adha. (2023). *“The Effect of Tik Tok Live Streaming in Increasing Consumer Trust and Purchasing Decisions”*. *Journal of Applied Science* : p. 3293 - 3306.

- Delicia Regina. (2024). "Live Streaming TikTok Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Skincare". *Journal* : p. 276 - 284.
- Daniel Hermawan. (2023). "Social Media Marketing on Brand Awareness Local Indonesian Cosmetic Somethinc". *Jurnal Bisnis Terapan* : p. 47 - 56.
- Alena, Anna, and L'udmila. (2021). "Effect of Marketing Communication on Consumer Preferences and Purchasing Decisions". *Journal of Interdisciplinary Research* : p. 150 - 151.
- Sabila. (2023). "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Media Sosial pada Platform Instagram terhadap Niat Beli Konsumen". Thesis.
- Blend Ibrahim. (2021). "Social Media Marketing Activities and Brand Loyalty: A Meta-Analysis Examination". *Journal of Promotion Management* : p. 1 - 31.
- Erlina F. Santika. (2023). "Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?". Databoks.
- Susi Evanita, Zul Fahmi, and Larisya. (2023). *Studi Komunikasi Pemasaran Interaktif berbasis Live Streaming online dalam menciptakan keterlibatan Konsumen. paper*. p. 119 - 120.
- Camelia Hasenaa dan Eko Sakapurnamaa. (2021). "Leveraging Electronic Word of Mouth on TikTok: Somethinc Skin Care Product Innovation to Increase Consumer Purchase Intention". Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Saidah Putri Sari. (2020). "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen". Skripsi. Universitas Mulawarman.
- Chris Fill. (2009). *Marketing Communication, Interactivity, Communities, and Content* (fifth edition): 51-54.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran* (thirteen edition).
- Herawati, Suchatiningsih Dian Wisika Prajanti, & Kardoyo. (2020). "Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation". Laporan Penelitian. Universitas Negeri Semarang.
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center, & Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations* (9th Edition). Bandung: Kencana Prenada.
- Galih Ginanjar Saputra dan Fadhilah Fadhilah. (2022). "Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan

- Dampaknya pada Keputusan Pembelian”. Skripsi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Fajar Permadi. (2019). “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Pada Pengujung Situs Tokopedia.com)”. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education* (second edition):53-55.
- Yohana Juwitasari Hulu and Renny Christiarini. (2023). “Pengaruh Live Streaming Shopping Terhadap penjualan Thriftshop Di Kota Batam”. laporan penelitian. Universitas Internasional Batam.
- Iswantoro Afiful Hudha. (2021). “Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Streaming Shopping Untuk Menciptakan Minat Pembelian Pada E-commerce Shopee”. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Listra Jesika Pongratte, Jingli Liu, Monica Dita Pravita Widya Putri, Adouko Paulin (2023, April). “Pengaruh Promosi Melalui Live Streaming TikTok Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pakaian”. *Open Journal of Social Sciences* : p. 333 - 336.
- Talitha Seanna. (2021). “Pengaruh Komunikasi Persuasif TikTok Live Online Shop Terhadap Keputusan Pembelian Melalui TikTok Shop”. Skripsi. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Munawaroh, Desi Yuniarti, dan Memi Nor Hayati. (2015, November). “Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step (Studi Kasus: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2011-2013)”. *Jurnal Eksponensial* : p. 194 - 196.
- Farah Ramadhani. (2022). “Intip Data Penjualan Kosmetik Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Brand Makeup Lokal Kuasai Pasar!”. *Compas* : hal. 1.
- Siti Zulfah. (2022). “Pengaruh Pemasaran Interaktif Produk Skintific Melalui Fitur TikTok Shop Terhadap Kesadaran Merek Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Kota Semarang”. Skripsi. Universitas Islam Sultan Agung.
- Liu-Qing Yang and June-Suh Cho. (2021). “The Effect of E-commerce Live Streaming Shopping on Consumers' Purchase Intention in China-Focusing

on Features of Streamers and Contents”. *Archives of Business Research* : p. 125 - 127.

Listra Jesika Pongratte, Jingli Liu, Monica Dita Pravita Widya Putri, Adouko Paulin. (2023). “The Effect of Promotion via TikTok Live Streaming on Consumer’s Buying Interest in Clothing Products”. *Open Journal of Social Sciences* : p. 336 - 337.