

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, (Malang : UB Press, 2011)
- Anak Agung Putu, Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi 1, (Bandung : UBPresss, 2017).
- Amstrong., Philip Kotler dan Gary. *Principles of Marketing*, 2012.
- Anisa, Ririn Risnawati -, and Nurul Chamidah. “Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 1, no. 2 (2022): 131–43. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>.
- Ayu, Adinda, Puspita Sari, Muhammad Alhada, and Fuadilah Habib. “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, no. 17 (2023): 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>.
- BPS. “Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan,” n.d. <https://sulsel.bps.go.id/>.
- Chandrruangphen, Earth, Nuttapol Assarut, and Sukree Sinthupinyo. “The Effects of Live Streaming Attributes on Consumer Trust and Shopping Intentions for Fashion Clothing.” *Cogent Business and Management* 9, no. 1 (2022): 1–29. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2034238>.
- Doni. “Memenuhi Layanan Digital Hingga Pelosok.” Kominfo, 2023. <https://www.kominfo.go.id>.
- Dr. Joseph Teguh Santoso, M.Kom. “Live Streaming Jadi Trend Baru Dalam Memasarkan Produk.” Universitas STEKOM, 2021. <https://stekom.ac.id/artikel/live-streaming-jadi-trend-baru-dalam-memasarkan-produk>.
- Furianto, D. “Pengaruh Viral Marketing, Live Streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee” 3, no. 1 (2023): 1–8. <http://repositori.buddhidharma.ac.id/1862/>.