

DAFTAR PUSTAKA

- Aristyavani, I. (2017). *Persuasi Komunikasi dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Databoks.Katadata.co.id. (2023). *10 Provinsi dengan Jumlah Usaha E-Commerce Terbanyak (2020)*. Retrieved from Databoks.Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional>
- Databoks.Katadata.co.id. (2023). *5 E-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2023*. Retrieved from Databoks.Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Databoks.Katadata.co.id. (2023). *Proporsi Konsumen yang Bertransaksi di E-Commerce Berdasarkan Kategori Produk (2022)*. Retrieved from Databoks.Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/pulsa-dan-voucher-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-konsumen-di-e-commerce>
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, 56 Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*. CV Jejak.
- Friedlander, M. B. (2017). Streamer Motives and User-Generated Content on Social Live-Streaming Services. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 5(1), 65-84.
- Hamilton, W. A., & Garretson, O. (2014). Streaming on Twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing System*, <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>.
- Handayani, V. A., & Choriati, W. (2020). Digitalisasi UMKM sebagai Hasil Inovasi dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 150-167.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Hennink, M., hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative Research Methods 2E*. SAGE.

- Kasih, M. M. (2023). *PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI LIVE STREAMING FACEBOOK PADA ONLINE SHOP ALVHIE COLLECTION*. Semarang: <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/31917>.
- Kompas.com. (2021, 04 04). *Sejarah Kota Bandung dan Asal Mula Sebutan Paris Van Java*. Retrieved from Kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2021/04/04/212431678/sejarah-kota-bandung-dan-asal-mula-sebutan-paris-van-java?page=all>
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). Marketing Strategy in the Digital Age: Applying Kotlers Strategies to Digital Marketing. *World Scientific Publishing*.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma, Metode, Dan Aplikasi (T. U. Press (ed.))*. UB Press.
- Maulana, H., & Gungum, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis – Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. University of Klagenfurt.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Muchlis (Ed.))*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Prasetio, A., Ashoer, M., & Hutahaean, J. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmatin, T. (2019). Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Sales Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al-Quran Miracle the Reference E-Pen. *Jurnal Common*, 1-23.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. Kota Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Santana, S. (2007). *Menulis Ilmiah Metode Peneliitian Kualitatif*. Yayasan Obor Indonesia.
- Sariwati, Y., Rahmawati, D., Oktaviani, F., & Amran, A. (2019). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) CALIEF MELALUI IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 218-224.

- Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2016). Social Live Streaming Services. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 4(2), 6-20.
- Semiawan, P. C. (2010). *METODE PENELITIAN KUALITATIF JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Soemirat, Suryana, S., & Asep. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsuddin, A., & S., S. (2021). Persuasive Communication in an Educational Perspective. *Palakka: Media and Islamic Communication*, 2(2), 85–98. <https://doi.org/10.30863/palakka.v2i2.2300>.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective (Ninth Edit)*. Springer International Publishing AG 2018.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Xu, X., Huang, D., & Shang, X. (2021). Social presence or physical presence? Determinants of purchasing behaviour in tourism live-streamed shopping. *Tourism Management Perspectives*, 1-2.