

## DAFTAR PUSTAKA

- Algiffarya, M.A. Wahabb, Z. Shihabc, M.S. Widiyantid, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *Andalas Management Review*, 4(2), 16-31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Ashari, A. 2012. Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group Blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. Skripsi. Universitas Hasanudin, Makasar
- A. Shimp, Terence. (2007). Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu). Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (2024, 7 Februari). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Retrieved from [apjii.or.id:https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023).
- Badan Pusat Statistik (2024, 08 Juni). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024. Retrieved from [bps.go.id https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html](https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html)
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and *Endorsement*. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>
- CNBC Indonesia (2024, 18 Januari). Peta Persaingan *E-Commerce* 2023, UMKM Banyak Merapat Kemana?. Retrieved from [cnbcindonesia.com:https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240118010809-37-506783/peta-persaingan-E-Commerce-2023-umkm-banyak-merapat-kemana](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240118010809-37-506783/peta-persaingan-E-Commerce-2023-umkm-banyak-merapat-kemana)
- Databoks (2024, 10 Januari). 5 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. Retrieved from [databoks.katadata.co.id https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-E-Commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-E-Commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023)
- Fakri, M. Astuti, S. (2023). Pengaruh Live Streaming Sales Tiktok terhadap Minat Beli Konsumen. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(2), 110-116. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.7714>
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian

Untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

Geysler, W. (2021). Influencer Marketing Benchmark Report 2021. Influencer Marketing Hub.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goodstats (2023, 1 Desember).Daftar *E-Commerce* dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia. Retrieved from Goodstats.id: <https://goodstats.id/infographic/daftar-E-Commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-indonesia-M20kO>

Jony Wong. 2010. Internet Marketing for Beginners. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Kompasiana (2020, 8 Desember). Shopee x BlackPink. Retrieved from Kompasiana.com:<https://www.kompasiana.com/alfianaryadi/606f4821d541df6dc01255f2/fenomena-celebrity-Endorser-sebagai-strategi-pemasaran-di-era-digital?page=all#section1>

Kompasiana (2021, 9 April). Fenomena Celebrity *Endorser* sebagai Strategi Pemasaran di Era Digital. Retrieved from Kompasiana.com:<https://www.kompasiana.com/alfianaryadi/606f4821d541df6dc01255f2/fenomena-celebrity-Endorser-sebagai-strategi-pemasaran-di-era-digital?page=all#section1>

Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.

Malichah, S. Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Brand Image terhadap Purchase Decision dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 3(6), 1139-1156. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.963>

Mardiani, E. Rahmansyah, N. Rizky, F.A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap *E-Commerce* Disaat Pandemi Covid-19 di Shop and Travel. *Jurnal Informatik*, 16(3).

Mubarok, D. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen

(Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung).  
*Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3).

Prabeng, N. (2019). The Effect of Advertising and *Celebrity Endorsement* on Purchase Intention with Brand Awareness as Intervening Variable. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3(10), 221-231

Populix (2023, 29 Agustus). Survei Populix: *E-Commerce* Masih Jadi Pilihan untuk Belanja Produk Elektronik, Rumah Tangga, dan Kesehatan Retrieved from info.populix.co <https://info.populix.co/articles/platform-E-Commerce/>

Rahmawaty, I. Sa'adah, L. Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, dan Discount terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce* "Shopee". *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80-93.  
<http://dx.doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>

Restoku.id (2022, 23 Mei). Keuntungan Live Shopping untuk Usaha Kuliner. Retrieved from <https://restoku.id/keuntungan-live-shopping-untuk-usaha-kuliner/>

Riduwan dan Achmad Kuncoro Engkos, Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis) (Bandung: Alfabeta, 2007), 43

Saputra, F. Ali, H. Mahaputra, R. (2023). Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(3), 141-153.  
<https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3.300>

Savitri, N. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 6(8), 4214-4239

Sintani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Isyana Sarasvati Dalam Iklan "Isyana vs Gangster" Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 45-60.

Statista (2024). Number of users of *E-Commerce* in Indonesia from 2020 to 2029 (in millions). Retrieved from statista.com  
<https://www.statista.com/forecasts/251635/E-Commerce-users-in-indonesia>

Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Manajemen. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Syabani Dinova, Suharyati. (2023). Pengaruh Live Streaming Shopping dan Flash Sale terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee di Kecamatan Jatinegara.

*Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 21-36.

Tokopedia (2014). Emina Sun Battle Spf 50 Pa++++ Barrier Hydraburst Sunscreen 30ml. Retrieved from Tokopedia.com [https://www.tokopedia.com/megaria102/emina-sun-battle-spf-50-pa-barrier-hydraburst-sunscreen-30ml?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=pdp-seo](https://www.tokopedia.com/megaria102/emina-sun-battle-spf-50-pa-barrier-hydraburst-sunscreen-30ml?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=pdp-seo)

Utarsih, H. (2014). Pengaruh Celebrity *Endorser* Terhadap Minat Beli Kartu As (Studi Kasus pada Penduduk Bandung). *Jurnal ILMAN*, 1(2), 105-112.

Vermaat, Shelly Cashman. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta

Wijaya, V. Keni, K. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Dengan Brand Trust Dan Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 274-287.