

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Totok Wahyu., & Ivoniasari, Oky. (2024). TikTok Live Streaming As A Digital Marketing Communication Media. *The Journal of Society and Media*, 8(2), 394–423.
- Alfiana., Asiyah., Primanto. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian N’pure Cleanser Gel Probiotics Pada Tik Tok Shop (Studi Kasus Pada Konsumen N’pure Di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 4464-4471.
- Amaliani, I., & Tiorida, E. (2017). Pengaruh Digital Branding Produk Private Label Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis & Investasi*, 3(2), 24-38.
- Amarullah, D., Saputra, J. C., Astria, N., & Krois, A. T. (2025). Effect Of TikTok Live Streamer Characteristics On Purchase Intentions: The Mediating Role Of Trust. *Digital business : Tren Bisnis Masa Depan*, 16(02), 61-69.
- Anshari LM., Sarwarni. (2025). Pengaruh Tren Video Pendek Di Reels Instagram Dan Aplikasi TikTok Terhadap Daya Tarik Penggunaan Di Kalangan Remaja (Usia 15 – 19 Tahun) Kota Banjarmasin. *Persuasi Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1), 88-97.
- Aqila, M. A. Z., & Revinzky, M. A. (2024). Dampak User-Generated Content Terhadap Brand Equity Dalam Membentuk Niat Pembelian Pada Brand Makanan Dan Minuman Di Tiktok. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(5), 400-413.
- Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2024). Strategi Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram @Voffice Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16814-16824.
- Arifin, L. N., & Pratama, A. D. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Digital Branding Onic Supply Id Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(2), 1-12.

- Arnetta, P. A. D., & Haryono, Gatot. D. Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Platform Pemasaran Digital Pada Akun @dododots.by.zen. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis*. 5(2), 1095-1107.
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). Peran Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Strategi Pemasaran dan Distribusi Umkm Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 175–180.
- Data Reportal. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*. (Online). (<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>), diakses tanggal 18 Oktober.
- David Humala Sitorus. (2023). Strategi *Digital Branding* Di Era Transformasi Digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis Digital*, 2(3), 165–178.
- Dewi Aulya, W., Fikriah Laili, N. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, and Online Customer Review terhadap Purchase Intention. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6), 3036–3047.
- Efendi, Yusran, & Ismail, J. (2025). Optimalisasi Personal Branding Dosen an Alumni Dalam Pembentukan Brand Awareness Universitas Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 194-210.
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming TikTok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 3400-3412.
- Fatimah, Ade . Fitria., & Nasir, Mohammad. (2025). Utilization Of Short-Form Videos (TikTok, Reels, Shorts) To Increase Brand Engagement And Visibility. *Journal of Digital Marketing and Search Engine Optimization (JSEO)*, 4(1), 25–38.
- Fikri, M., Prasetyo, H., & Lestari, A. (2025). Peran Live Streaming Dalam Komunikasi Institusi Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Media Digital*, 5(1), 21–32.
- Ghozali. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025). *Pengguna Media Sosial Tembus 5 Miliar Di 2025*. (Online).

<https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-media-sosial-tembus-5-miliar-di-2025-5rzpR>, diakses pada tanggal 15 Desember.

- Huang, Anqi., & Zainol, Z. (2025). The Impact Of Short Video Platform Characteristics On Marketing Effectiveness: A Bibliographic Review And Future Research Directions. *International Journal of Global Economics and Management (IJGEM)*, 3(1), 45–60.
- ITN. 2020. *Homepage ITN Malang*. (Online), (<http://www.itn.ac.id>), diakses tanggal 21 Oktober 2023.
- Lailatul Ummamah, S., Rahma, A., & Firdaus, N. M. (2023). Peran Host Live Dalam Meningkatkan Digital Branding Produk di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 213–222.
- Maharani, N. I. K., Kurniawan, M. Z., Mawardi, M. A., & Khoirianto, R. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Purchase Intention Produk Somethinc Pada Generasi Z Pengguna Tiktok di Blitar. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 25-36.
- Majid, R., & Faizah, N. (2023). Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Keterlibatan Audiens Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(2), 45–58.
- Mawarni, I., Fahrurrozi, & Muhtadi, R. (2025). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z Pengguna TikTok Shop: Analisis Perspektif Maqashid Syariah. *KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman*, 5(2), 1194–1208.
- Melantiya, C., Achmad, Z. A. (2025). Pengaruh Strategi Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Peningkatan Brand Awareness Pada Pengguna Tiktok Mexshamall Di Kecamatan Singaparna. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3), 300-311.
- Miftahuddin, F., Wahyudi, D. W. (2025). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Sosial Media Tiktok di Solo Raya. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1180-1191.

- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73-84.
- Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Sihombing, M. (2024). Pengaruh Digital Branding Terhadap Minat Kunjung Pada Pelanggan D'raja Coffee. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 239–250.
- Nurjayanti, R., & Arifin, M. (2025). Digital Branding Strategy In Building Brand Awareness On Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 5(1), 45–59.
- Oktasavina F & Muntazah A. (2025). Pengaruh Komunikasi Persuasif Host Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 359-370.
- Parinussa Romaryo., Salhuteru Ch. Andrie., Pattipeilohy, R, Victor. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar Pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 27-35.
- Purwati, A., & Ariyani, N. (2025). Integrated Marketing Communication In Building Brand Equity In The Social Media Era. *Ilomata International Journal of Social Science*, 6(2), 610–629.
- Rahmawati, F., & Suryana, N. N. (2024). Pengaruh Live Streaming Terhadap Branding Dan Penjualan Produk Pada Social Commerce. *Journal IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 85–94.
- Rana Dewi Erfiati, & Yudi Helfi. (2023). Analisis Strategi Konten Live Streaming TikTok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 3400-3412.
- Ray, A. S., Srikumar, M. S. V., Dash, P., & Gaurav, K. (2025). Digital Branding - Antecedents And Consequences. *Academy of Marketing Studies Journal*, 29(3), 1–11.
- Salsabiila, S., & Wulandari, A. (2025). Pengaruh Content Marketing Dan Live Shopping Pada Keputusan Pembelian Via TikTok Shop: Studi Kuantitatif

- Konsumen Uneil Hijab Di Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 6(1), 11-23.
- Segara, K. G., & Nasution, M. I. P. (2025). Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia: Tantangan Dan Peluang. *Journal Sains Student Research*, 3(1), 21-33.
- Shabrina N.A., Sugiana Dadang., Sunarya Risanti D,Y. (2024). Pengaruh Kredibilitas Host Live Streaming TikTok Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Penonton Live Streaming @Skintific_Id. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 15383-15395.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, cv.
- Sugiyono., Puji Lestari. 2021. *Metode penelitian komunikasi : (kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, cv.
- Suhardi. (2023). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suju, M. H. S., & Marthadinata, S. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Pt Pava Mandiri Makmur Di Tangerang Selatan. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 2470-2482.
- Syah, A., Rahmawati, D., & Lestari, P. (2024). Pengaruh Content Marketing Terhadap Engagement Merek Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 101–113.
- Universitas Alma Ata FEB. 2025. *Digital Branding: Strategi Membangun Identitas Merek di Era Digital*. (Online), (<https://feb.almaata.ac.id/digital-branding-strategi-membangun-identitas-merek-di-era-digital/>), diakses tanggal 19 Oktober.
- Usadi Permana, P, M., Prayoga Surya M, I., JS Dwinata. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran Video Pendek Terhadap Persepsi Nilai Dan Partisipasi Pengguna (Studi Pada Pengguna Media Sosial). *Jurnal Emas Universitas Maharaswati Denpasar*, 5(6), 110-119.
- Vinerean Simona., Opreana Alin. (2021). Measuring Customer Engagement in

- Social Media Marketing: A Higher-Order Model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 2633-2654.
- Vuong, L., Nguyen, T. H., & Tran, P. M. (2023). The Role Of Live Streaming Hosts In Building Engagement And Trust On Social Media Platforms. *Journal of Interactive Marketing Communication*, 15(2), 101–115.
- Wahyudi, M. A., Rahmadhani, M. V., Mu'is, A., & Evelyn, F. (2025). The Impact Of Short-Form Video Marketing, Influencer Relatability, And Trust Signals On Gen Z's Purchase Intention. *International Journal of Business, Law, and Education (IJBLE)*, 5(1), 66–79.
- Wiranda, A., & Suthia, R. H. (2024). Fitur Live Streaming Sebagai Strategi Digital Marketing. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(1), 77–88.
- Wu Xiaohan., Ai Hongxia., Yi B., Wang X., Chen N., Gao M. (2023). A Study On The Influence Of TikTok Live Broadcast On College Students' Purchase Intention. *Journal of Physics: Conference Series*, 2489(1), 012047.
- Yunita, Herma., & Wijayanti, Ayu. (2025). Analisis Tentang Dampak Aplikasi Tiktok Pada Siswa SDN 65 Desa Suka Rami Kecamatan Kedurang Ilir Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Ilmiah Idea*, 3(2), 74-85.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Bagi Pelaku Usaha Di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89-96.