

**PENGARUH DAYA TARIK *LIVE STREAMING SELLING* TIKTOK SHOP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD 2 GLOW**

(Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Malang Angkatan 2022)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ilmu Komunikasi



OLEH :

HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA

NIM :

20221004031108

DOSEN PEMBIMBING :

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

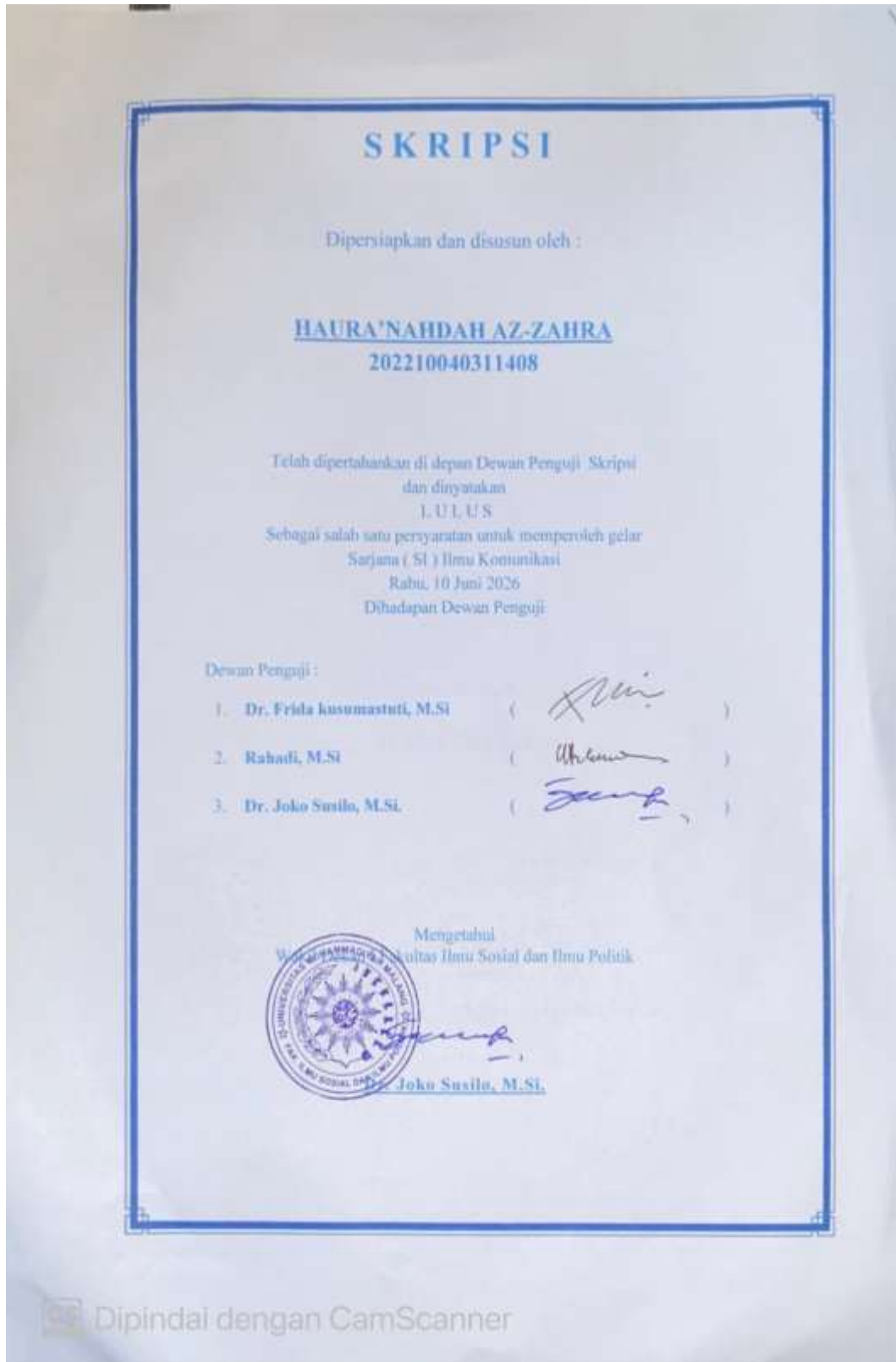
PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


2026

Keterangan Lulus



Lembar Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM : 202210040311408
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Judul Skripsi : pengaruh live streaming selling tiktok shop terhadap keputusan pembelian produk glad 2 glow (studi terhadap mahasiswa ilmu komunikasi universitas muhammadiyah malang angkatan 2022)

Disetujui,
Pembimbing


(Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
T: 0271 861 832 (Hunting)
F: 0271 861 832 (Kantor)

Kampus II
Jl. Surodiponegoro Rukun No. 146 Malang, Jawa Timur
T: 0271 861 832 (Hunting)
F: 0271 861 832 (Kantor)

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
T: 0271 861 832 (Hunting)
F: 0271 861 832 (Kantor)
E: webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Di Uji

**UMM**
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

**LIMPASTI**

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/III/2026/FISIP-UMM/

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
No. Induk Mahasiswa	: 20221004031108
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh live streaming selling tiktok shop terhadap keputusan pembelian produk glad 2 glow (studi terhadap mahasiswa ilmu komunikasi universitas muhammadiyah malang angkatan 2022)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 13 Mei 2026

Dosen Pembimbing






Kampus I
Jl. Sumbogo 1 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 981 201 (Pusat)
F. +62 341 981 201

Kampus II
Jl. Durohijrah, Sidiqi No. 156 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 981 144 (Pusat)
F. +62 341 981 201


Kampus III
Jl. Rajin Tegalmas No. 340 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 981 218 (Pusat)
F. +62 341 981 411
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Bebas Kuliah

**UMM**
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ III/2026/FISIP-UMM/

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


 NAMA : HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM : 202210040311408
Program Studi : Ilmu Komunikasi



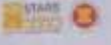
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 : (0) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 13 Mei 2026

Ketua Program Studi


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si

Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 861 253 (Surabaya)
F. +62 341 862 435

Kampus II
Jl. Bojonegara Sukarjo No. 158 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 861 349 (Surabaya)
F. +62 341 862 001

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 265 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 864 210 (Surabaya)
F. +62 341 861 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Pernyataan



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM	: 202210040311408
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang


Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
pengaruh live streaming selling tiktok shop terhadap keputusan pembelian produk glad 2 glow (studi terhadap mahasiswa ilmu komunikasi universitas muhammadiyah malang angkatan 2022)
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Mei 2026

Yang Menyatakan,



HAURA' NAHDAH A.



Kampus I
Jl. Pahlawan 1 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 861 263 (Pusat)
F: +62 341 862 032

Kampus II
Jl. Pahlawan-Sukarno No. 188 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 321 328 (Pusat)
F: +62 341 322 031

Kampus III
Jl. Raya Tegalman No. 388 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 224 319 (Pusat)
F: +62 341 401 426
E: webmaster@umma.ac.id

Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi

 **PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29**

TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG




LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

Nama : HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM : 20221004031108

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 13 Mei 2026

Pembimbing I/Promotor



.....
NIP.

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I J. Pahlawan 1 Malang, Jawa Timur T +62 341 461 433 (Kampus) F +62 341 461 433	Kampus II J. Darmasari Suban No 156 Malang, Jawa Timur T +62 341 521 549 (Kampus) F +62 341 521 521	Kampus III J. Raya Tegayutan No 343 Malang, Jawa Timur T +62 341 461 319 (Kampus) F +62 341 461 433 E webmaster@umm.ac.id
--	---	--

Tanda Terima Plagiasi

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Haura Nahdah Az-Zahra
NIM : 202210040311408

Hasil Plagiasi: 3/6 3/6 5/4 5/6

BAB I	19				BAB IV	15			
BAB II	15				BAB V	14			
BAB III	31	29	22	18	BAB VI	10			

Malang, 5 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM : 202210040311408
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Pengaruh Live Streaming Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad 2 Glow
Pembimbing : Dr. Joko Susilo, M.Si

Konsultasi Skripsi :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
28/05/2025	Pengajuan judul dan proposal	
12/07/2025	Seminar Proposal Skripsi	
24/11/2025	Revisi Seminar Proposal	
9/02/2026	Konsul Definisi Konseptual, Definisi Operasional, Draft Kuesioner	
9/03/2026	Seminar Hasil	
9/04/2026	Revisi Seminar Hasil	

Malang, 14 Mei 2026

Menyetujui,
Ketua Program Studi,



(Novin Farid Styo Wibowo, M.Si)

Pembimbing,



(Dr. Joko Susilo, M.Si)

Berita Acara Seminar Hasil

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Senin, 9 Maret 2026

Pukul: 12.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA
NIM	202210040311408
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Live Streaming Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad 2 Glow
Pembimbing	Dr. Joko Susilo, M.Si
Penguji	Rahadi, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (online) melalui platform Zoom Meeting, dihadiri oleh Dosen Penguji I dan sejumlah 1


Malang, 14 Mei 2026

Dosen Pembimbing,



Dr. Joko Susilo, M.Si

Dosen Penguji,



Rahadi, M.Si

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si

Daftar Hadir Seminar Hasil

Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	NAMA	NIM	KETERANGAN
1.	Revansa Frisqilla Agatha	202110040311455	Ilmu Komunikasi
2.	Ayunda Salmaa Itani	202210040311391	Ilmu Komunikasi
3.	Salsabela Afra	202210040311366	Ilmu Komunikasi
4.	Nadyra Warda Nafisah	20220040311379	Ilmu Komunikasi
5.	Manzila Nurul Istiqomah	202210040311402	Ilmu Komunikasi
6.	agis'ala alail a'la	202210040311396	Ilmu Komunikasi
7.	Auryn Hityari	202210040311363	Ilmu Komunikasi
8.	Rachmatul Laili	202210310311075	Sosiologi
9.	sanesta salsabila	202210040311176	Ilmu Komunikasi
10.	Damai Aristianti	202210040311195	Ilmu Komunikasi
11.	Hasna salisa deanida	202210040311190	Ilmu Komunikasi
12.	Ada Senandung Nacita	202210310311095	Sosiologi
13.	Tita Puspa Puji Asih	202210040311083	Ilmu Komunikasi
14.	Shalju Any Permadany	202210040311122	Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

ABSTRAK

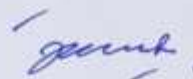
Haura'Nahdah Az-zahra, NIM 202210040311408. Pengaruh *Live Streaming Selling* TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2022). Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming selling* TikTok Shop terhadap keputusan pembelian produk Glad 2 Glow pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2022.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel ditetapkan melalui purposive sampling sebanyak 45 mahasiswa, dengan instrumen kuesioner daring berskala Likert 1-4. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,637, t hitung 3,847 > t tabel 2,015, dan signifikansi <0,001. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,256 menunjukkan bahwa *live streaming selling* berkontribusi sebesar 25,6% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 74,4% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, kepercayaan merek, dan ulasan konsumen online. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh *live streaming selling* terhadap keputusan pembelian produk Glad 2 Glow diterima.

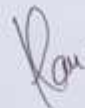
Kata Kunci: Live Streaming Selling, TikTok Shop, Keputusan Pembelian.

Menyetujui,
Dosen pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Si

Malang, 14 Mei 2026
Penulis



Haura'Nahdah Az-Zahra

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Live Streaming Selling Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad 2 Glow”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti seminar proposal pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Dr. Joko Susilo**, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang**, beserta seluruh jajaran dosen dan staf yang telah memberikan ilmu, fasilitas, serta dukungan akademik selama masa studi.
3. **Kedua orang tua tercinta**, atas kasih sayang, doa, dan dukungan moral serta materiil yang tiada henti, yang senantiasa menjadi sumber semangat dan kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
4. **Kakak tersayang**, yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta motivasi tanpa henti, sehingga penulis tetap bersemangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
5. **Dien Novia Intan**, sahabat dan teman seperjuangan yang selalu hadir memberikan semangat, kebersamaan, serta bantuan yang berarti dalam setiap tahap penyelesaian penelitian ini.
6. **Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2022**, yang telah menemani perjalanan studi ini dengan penuh kebersamaan dan keceriaan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran digital, serta

menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fenomena live streaming selling di platform media sosial. Akhirnya, semoga segala amal baik dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Malang, 4 juni 2026

Hormat penulis



HAURA'NAHDAH AZ-ZAHRA

NIM. 202210040311408

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4 MANFAAT PENETILIAN	4
BAB II	
2.1 TINJAUAN PUSAKA	
2.1.1 KOMUNIKASI MEDIA BARU	5
2.1.2 MEDIA SOSIAL	6
2.1.3 KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL.....	7
2.1.4 STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIVE DALAM LIVE STREAMING TIKTOK	8
2.1.5 TEORI PERILAKU KONSUMEN.....	9
2.1.6 LIVE STREAMING SELLING (X)	10
2.1.7 KEPUTUSAN PEMBELIAN	14
2.2 PENGARUH ANTARA LIVE STREAMING SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	19
2.3 PENELITIAN TERDAHULU	22
2.4 DEFINISI KONSEPTUAL	24
2.5 KERANGKA TEORI	25
2.6 DEFINISI OPERASIONAL.....	25
2.7 HIPOTESIS PENELITIAN	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN.....	27
3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	27

3.2.1	POPULASI PENELITIAN	27
3.2.2	SAMPEL PENELITIAN	28
3.3	TEKNIK PEARIKAN SAMPEL.....	28
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	29
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA	30
3.5.1	ANALISIS DESKRIPTIF	30
3.5.1	UJI VALIDITAS	30
3.5.2	UJI RELIABILITAS	30
3.6	UJI ASUMSI KLASIK	31
3.6.1	UJI NORMALITAS	31
3.6.2	UJI HETEROSKEDARISITAS	31
3.6.3	UJI LINIERITAS	31
3.7	ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	32
3.8	UJI HIPOTESIS	32
3.8.1	UJI PARSIAL (UJI t)	33
3.8.2	KOEFISIENSI DETERMINASI	33
BAB IV GAMBARAN UMUM		34
4.1	GLAD 2 GLOW	34
4.2	PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UMM.....	35
4.3	MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022	37
4.4	DEMOGRAFI RESPONDEN.....	38
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		39
5.1	HASIL PENELITIAN	39
5.2	ANALISIS DESKRIPTIF	40
5.3	UJI VALIDITAS	54
5.4	UJI RELIABILITAS	55
5.5	UJI ASUMSI KLASIK	56
5.4.1	UJI NORMALITAS.....	56
5.4.2	UJI HETEROSKEDARISITAS	57
5.4.3	UJI LINIERITAS	58

5.6	UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA.....	59
5.7	UJI HIPOTESIS.....	60
5.8	PEMBAHASAN	61
BAB VI PENUTUP		64
6.1	KESIMPULAN.....	64
6.2	SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Live Streaming Selling 2

Gambar 1.2 Laporan Penjualan Beberapa Produk Terlaris..... 3



DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.5 Definisi Operasional	17
Tabel 3.4 Pengukuran Skala Likert	21
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	30
Tabel 4.2 Usia Responden	30
Tabel 5.1 Interpersonal Interaction	32
Tabel 5.2 Promosi Harga	33
Tabel 5.3 Daya Tarik Visual	35
Tabel 5.4 Tekanan Waktu	36
Tabel 5.5 Pilihan Produk	39
Tabel 5.6 Pilihan Merek	42
Tabel 5.7 Pilihan Penyalur	43
Tabel 5.8 Waktu Pembelian	45
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 5.12 Hasil Uji Heterokedasititas.....	50
Tabel 5.13 Hasil Uji Heterokedasititas Scatterplot.....	51
Tabel 5.14 Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 5.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	52
Tabel 5.16 Hasil Uji T	54
Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, L. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING SELLING (SHOPEE LIVE), CONTENT MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE SHOPEE.*
- Aini, H. N. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN KHAS JEMBER).*
- Ali, R. S., Mulyana, A., & Lisnawati, W. (2025). *Pengaruh Live Streaming , Online Review , dan Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow Di Platform Tiktok Perspektif Perilaku Israf.* 4(3), 492–532.
- Febrizadly, F. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP BUYING DECISION PADA PELANGGAN RADYSA MEDAN.*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. (2023). *TikTok sebagai media pemasaran digital di Indonesia.* *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 24-36.
- Kusuma, C. D. N., Prajoko, R., & Chumaeson, W. (2025). *Transformasi perilaku sosial remaja era digital: Penggunaan TikTok di kalangan remaja.* *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 18-25.
- Kusumaisna, K., & Satwika, Y. W. (2023). *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial di Kota Surabaya.* *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 750.

- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). Sage Publications.
- Pradana, M. R., & Saputra, A. (2024). *Analisis Perkembangan dan Relevansi Teori Komunikasi Digital dalam Era Media Sosial: Suatu Kajian Literatur*. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(3), 124-134.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4th ed.), dalam Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Perilaku Konsumen*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(2), 2548-2555.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Munawwaroh, Z., Fauzi, R. M., & Syarrafah, M. (2025). *Relasi Parasosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Live Commerce TikTok di Indonesia*. 4(2), 304–314. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4363>
- Rahmawati, I., Sa, L., Musyafaah, L., Ekonomi, F., Kh, U., & Wahab, A. (2023). *PENGARUH LIVE STREAMING SELLING , REVIEW PRODUCT , DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA*. 6(2), 80–93. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Raspati, G., Agustiansyah, F., UmbanAdiJaya, Fahrurrazi, F., Winarni, R., & Akbar, T. S. W. (2025). *Pengaruh Live Streaming Selling, Dan Discount, Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna E- Commerce TikTok Di Bekasi* - *sains.ac.id*. 02(01), 11–21.
- Sari, A. (2022). *Narasi Industri Pemasaran dan Konsumen Baru: Komunikasi Pemasaran di Media Sosial dan Perilaku Pencarian Informasi Kalangan Milenial dan Centenial*. *Perspektif*, 11(2), 700–709.
- Yunus, I. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN : PERSPEKTIF*. 3, 36–47.