

DAFTAR PUSTAKA

- Angelica, Christania dkk. (2020). Studi Hubungan Kredibilitas Influencer, Parasosial, Nilai Merek, dan Niat Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Kajian Branding Indonesia*. Vol. 2 (2), 304.
- Agatha, Chindy dkk. (2023). Pengaruh Flow Experience dan Parasocial Interaction pada Dorongan Pembelian Impulsif di Live Streaming Commerce. *Jurnal Kajian Branding Indonesia*. Vol. 5 (2).
- Bbc.com. (2023). *The 'NPC' Livestream TikTok Trend Helping Creators Earn Cash*. Diakses 23 Oktober 2023. <https://www.bbc.com/worklife/article/20230811-the-npc-livestream-tiktok-trend-helping-creators-earn-cash>.
- Boyd, Austin, Jennifer, Louis. (2022). Development and Validation of the Parasocial Relationship in Social Media Survey. *The Journal of Social Media in Society*. Vol. 11 (2), 201-202.
- Napolitano, E. (2023). *In Latest TikTok Fad, Creators Make Big Bucks Off "NPC Streaming"*. Cbsnews.com. Diakses pada 23 Oktober 2023. <https://www.cbsnews.com/news/tiktok-what-are-npc-videos-pinkydoll-cherry-crush/>.
- Click M. A., Lee H., Holladay H. W. (2013). Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media. *Popular Music Soc.* Vol.36, 360–379. doi:10.1080/03007766.2013.798546.
- Cnnindonesia.com. (2023). *Intip NPC Streaming, Tren 'Cringe' di TikTok yang Banjir Gift*. Diakses pada 11 Januari 2024. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230724204226-192-977304/intip-npc-streaming-tren-tinge-di-tiktok-yang-bikin-banjir-gift>.
- Rizaty, Monavia. (2023). *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Juli 2023*. Dataindonesia.com. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-juli-2023>.
- Denzin, K. N. dan Yvonna S. Lincoln. (2018). *The Sage Handbook Qualitative Research (5th edition)*. California: SAGE Publications.
- Dibble, Jayson., Tilo H, Sarah F. (2015). Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures. *Human Communication Research*. doi:10.1111/hcre.12063.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Ginee. (2021, November 9). *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelejar*. Ginee.com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>.
- Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*. Vol. 5 (1).
- Influency. (2023). *Statistika TikTok yang Perlu Diketahui pada tahun 2023*. Diakses pada 8 Juni 2024, dari <https://influency.com/resources/studies/tiktok-influencer-marketing-study-statistics/>.
- Jannah, Wardatul. (2023). Fenomena Mandi Lumpur Live Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman. *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*. Vol. 2, No. 2.
- Johnson & Brock. (2019). The Imperative To Be Seen: The Moral Economy Of Celebrity Video Game Streaming On *Twitch.Tv*. *First Monday*, Vol. 24 (8).
- Jusmansyah, M. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turn Over, dan Return On Equity terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol. 9 (2), 185.
- Kesuma, Steven & H.H. Daniel T. (2021). Resepsi Remaja terhadap Konten @BotakTikTok di Media Sosial TikTok. *Jurnal Koneksi*, Vol. 5 (1).
- Kumparan.com. (2023, 21 Juni). *Arti FYP dan Cara Kerja Algoritma TikTok*. Diakses pada 23 Oktober 2023. <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/arti-fyp-dan-cara-kerja-algoritma-tiktok-20dz92nAZbk/full>.
- Kusuma, D. N. S. C. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok).
- Leith A. P. (2021). Parasocial Cues: The Ubiquity Of Parasocial Relationships On Twitch. *Communication Monograph*. 119.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). Sampling of Populations: Methods and Applications. *John Wiley & Sons*.

- Li, Y., & Peng, Y. (2021). What Drives Gift-giving Intention in Live Streaming? The Perspectives of Emotional Attachment and Flow Experience. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37 (14), 1317–1329.
- Milatishofa, Kusrin, & Weni Adityasning Arindawati. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity pada Instagram Tara Basro. Vol. 4 (2).
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Pramesti, Getut. (2017). *Statistika Penelitian dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Qomusuddin, Ivan Fanani & Romlah, Siti. (2022). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rakhmayanti, Intan. (2020, Februari 11). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. Sindonews.com. <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian (1st ed.)*. Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Penelitian.html?id=Ntw_EAAAQBAJ&redir_esc=y
- Sandi, N. & Poppy. (2023). Sadfishing: Studi Netnografi pada Konten dengan Tagar #RumahKokKayu di Tiktok. *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 12, No.1.
- Sari, Mutia, dkk. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, Vol. 3 (1), 11. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>.
- Sari, P., & Purwanti, S. (2022). Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop Di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif pada Fandom EXO-L Samarinda).
- Savira, R. & Saifuddin. (2022). Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare dalam Akun Tiktok @dririchardlee. *Jurnal LINIMASA*, Vol. 5 (1).

- Sokolova, K., & Kefi, H. (2019). Instagram and Youtube Bloggers Promote It, Why Should I Buy? How Credibility and Parasocial Interaction Influence Purchase Intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*. doi:10.1016/j.jretconser.2019.01.011
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumirna, Wa Ode., Harri Fajar, Muh. Rizal. (2023). Hubungan Parasosial antara Fangirl dan Selebriti K-Pop. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*. Vol. 8 (3), 1615. DOI: <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25238>.
- Sun, Elbert & Zulkarnaen. (2023). Studi Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Donasi Selama Streaming di Indonesia. *Jurnal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*. Vol. 6 (1).
- Suprayitno, dkk. (2023). Modus Konten Self-Harm demi Gift Points pada Aplikasi TikTok di Indonesia. *JIKA*. Vol. 10 (1). <https://doi.org/10.31294/jika>.
- Syahrizal, Hasan & M. Syahrani. (2023). Jenis-Jenis Penelitian dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*. Vol. 1 (1), 15.
- TikTok.com. (2023). Live Gifting. Diakses pada 23 Oktober 2023. <https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/en-us/getting-paid-to-create/live-gifting/>.
- Wohn DY, Freeman G., McLaughlin C. (2018). Explaining Viewers' Emotional, Instrumental, and Financial Support Provision For Live Streamers, in *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. (New York, NY: Association for Computing Machinery;), 1–13. doi:10.1145/3173574.3174048
- Zhang, Wenchi. (2022). Understanding Gift-Giving in Game Live Streaming on Douyu: An Evaluation of PSR/Social Presence. *PMC PubMed Central*. doi: [10.3389/fpsyg.2022.953484](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.953484).