

DAFTAR PUSTAKA

1. Amada, Y. C. (2023). *Pengaruh Live Streaming Shopee terhadap Minat Beli Konsumen dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi* [Skripsi, Universitas Tarumanagara].
2. Fenetta, M. G., & Keni, K. (2020). Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Followers Instagram @jakartafashionweek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.32493/jpk.v3i1.4921>
3. Paramita, D. A., Prabowo, H., & Syahputra, F. (2022). Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Promosi Produk Fashion. *Jurnal Ilmiah Desain dan Konstruksi*, 13(2), 104–112.
4. Resha, M. R. (2023). Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness. *Jurnal Penelitian Teknologi dan Ilmu Komputer*, 11(3), 189–200.
5. Sari, I. N., & Permana, D. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 13(1), 45–52.
6. Widiyaningsih, N., & Nugroho, Y. (2024). Pengaruh Live Streaming sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli dengan Brand Awareness sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 20–34.

7. Prasetyo, A. W., & Amalia, R. (2023). Pengaruh Livestreaming Shopee Terhadap Brand Awareness Produk Lokal di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 56–67.
8. Andriyani, A. R., & Sulistyowati, L. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 112–124.
9. Yuliana Cahya Amada. (2023). *Analisis Pengaruh Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Lokal*. Universitas Tarumanagara.
10. Susilowati, R. A., & Wahyuni, S. (2022). Strategi Konten Visual pada Shopee Live dalam Meningkatkan Brand Recognition. *Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Media*, 6(1), 33–45.
11. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
12. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
13. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

14. Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
15. Ismail, R., Azlan, N., & Fadilah, R. (2021). *The impact of livestreaming features on online purchase intention: Evidence from Malaysia*. Journal of Digital Commerce, **7**(1), 45–55.
16. Nabila, F., & Kurniawan, A. (2022). *Content marketing strategy and consumer purchase intention: Is there a connection?* Jurnal Riset Pemasaran, **5**(2), 90–101.
17. Syahputra, A., & Jannah, M. (2021). *Brand awareness and purchase intention in online retail: A study of Indonesian millennials*. Jurnal Manajemen Kontemporer, **8**(3), 112–124.
18. Wulandari, E., & Saputra, D. (2020). *Effect of brand awareness on consumer buying decision: An empirical test in beauty industry*. Journal of Business and Retail Management, **4**(1), 77–83.
19. Yusof, M. H., Rahman, M. S., & Zaini, A. (2020). *Does influencer marketing really affect millennials' purchase intention?* Malaysian Journal of Marketing, **6**(2), 33–47.
20. Putri, L. M., & Gunawan, D. (2021). *The effectiveness of livestream commerce in promoting fashion products: A consumer behavior analysis*. Journal of Retail Innovation, **3**(2), 58–69.

21. Ulfiani, R. (2023). *The Influence of Celebrity Endorsement, Brand Image, Brand Trust, and Lifestyle on Purchase Decisions for Geoff Max Shoes*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/376791979>
22. Fimela.com. (2021, Oktober 22). *Brand sepatu asal Bandung buka ratusan lapangan kerja baru*. Diakses dari <https://www.fimela.com/fashion/read/4719223>
23. FokusJabar.id. (2023, Mei 12). *Lazada Logistics dukung Geoff Max berkembang dan bertahan*. Diakses dari <https://fokusjabar.id>