

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2020). Impact of Social Media Influencer on Instagram User Purchase Intention towards the Fashion Products: The Perspectives of UMK Pengkalan Chepa Campus Students. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*.
- Al-Hadban. (2020). The Impact of Social Media Attributes on Purchase Intention in the Saudi Foodservice. *International Review of Management and Marketing*, 10(3), 29.
- Algiffary. (2020). Pengaruh *Celebrity* Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16-31.
- Aripin. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astuti. (2022). UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 59-65.
- Fauziah. (2022). Pengaruh Sustainable Entrepreneurial Orientation Terhadap Innovation Capability Dan Kinerja Usaha (Studi pada UMKM di Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1).
- Firli. (2021). Pengaruh Selebrity Endorsme, Brand Image, dan Testimoni dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus: Instagram UKM Kylafood). *Bahtera Inovasi*, 4(2), 104-110.
- Kusuma. (2022). Strategi digital marketing pada usaha mikro dan menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi rakyat. *Jurnal cafetaria*, 3(1), 24-35.
- Nugroho. (2023). The effect of service quality in moderating the influence of brand image and marketing mix on consumer purchase decisions motorku multipurpose products. *Enrichment: Journal of Management*, 13(3), 1952-1963.
- Nurhanifah. (2023). Influencer Marketing sebagai Strategi Public Relations Pada Produk Kecantikan MS Glow. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 665-675.
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis digitalisasi pemasaran berbasis sosial media untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 66-74.
- Rahmawan. (2019). Selebriti Mikro, Ekonomi Perhatian, Dan Pemengaruh Media Sosial. *PT. Lontar Digital Asia www. bitread. co. id*, 129.
- Sari. (2023). Empowering MSMEs Regarding Digital Marketing in Tanjung Hataran Village. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 691-700.
- Satriyo. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.

- Sawlani, D. K., & SE, M. (2021). *Digital marketing: brand images*. Scopindo Media Pustaka.
- Siwa. (2023). *The Effect of Live Stream Shopping, Celebrity Endorsement, and Flash Sale on The Impulse Buying of TikTok Shop Consumers (Perceived Enjoyment as a Moderating Variable)* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta].
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Syafii. (2022). Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 66-71.
- Teo. (2019). Marketing on Instagram: Social influence and image quality on perception of quality and purchase intention. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2), 321-332.
- Triwidatin. (2022). Digital Marketing dan Branding Produk Pada UMKM De'Snack R&R Desa Banjarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(11), 2019-2028.
- Utami, N., & Syahbudi, M. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus: UMKM Kota Binjai). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(4).
- Wahyunti, S. (2020). Peran strategis UMKM dalam menopang perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 280-302.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Wawancara

PROTOKOL WAWANCARA

1. Pengantar

- **Perkenalan:**
 - Nama:
 - Posisi:
 - Tujuan Wawancara: Menyusun penelitian tentang peran dan efektivitas *Celebrity Live streaming* dalam mendukung keberlanjutan UMKM, khususnya untuk toko Bolu Rempah.
- **Penjelasan Singkat:**
 - Wawancara ini bertujuan untuk memahami bagaimana *Celebrity Live streaming* mempengaruhi visibilitas, penjualan, dan keberlanjutan UMKM. Hasil wawancara akan digunakan untuk analisis dan rekomendasi yang relevan.
- **Persetujuan:**
 - Pastikan informan memberikan izin untuk merekam wawancara dan menggunakan data yang diperoleh untuk tujuan penelitian.

2. Panduan Pertanyaan

Untuk Brand Ambassador (Celebrity)

- Bagaimana Anda melihat peran Anda sebagai Brand Ambassador dalam *live streaming* terhadap Bolu Rempah?
- Apa strategi utama yang Anda terapkan untuk menarik perhatian audiens selama sesi *live streaming*?
- Menurut Anda, bagaimana *live streaming* mempengaruhi persepsi audiens terhadap produk Bolu Rempah?

Untuk Pemilik Toko (Bolu Rempah)

- Apa yang Anda harapkan dari kolaborasi dengan *celebrity* dalam *live streaming* untuk Bolu Rempah?
- Bagaimana Anda menilai dampak *live streaming* terhadap penjualan dan kunjungan ke toko?
- Apakah Anda merasa ada peningkatan dalam brand awareness dan citra produk setelah *live streaming*?

Untuk Karyawan Toko

- Bagaimana *live streaming* dengan *celebrity* mempengaruhi tugas dan tanggung jawab Anda di toko?
- Apa perubahan yang Anda lihat dalam interaksi dengan pelanggan setelah *live streaming*?
- Apakah Anda mendapatkan pelatihan atau bimbingan khusus terkait *live streaming*? Jika ya, bagaimana hal itu membantu Anda?

Untuk Konsumen

- Bagaimana Anda mengetahui tentang Bolu Rempah melalui *live streaming*?
- Apa pendapat Anda tentang kualitas konten *live streaming* yang ditampilkan?
- Apakah *live streaming* mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli produk dari Bolu Rempah?

3. Penutup

- Terima kasih atas waktu dan kontribusi Anda dalam wawancara ini.
- Anda memiliki pertanyaan lebih lanjut atau ingin memberikan tambahan informasi, jangan ragu untuk menghubungi saya di [email/telepon].

Lampiran 2. Matriks Hasil Penelitian

Berikut tabel indikator, pertanyaan wawancara, hasil wawancara, dan keterangan terkait peran *Celebrity Live streaming* pada jangkauan interaksi penonton, kualitas konten, serta kolaborasi dan kredibilitas:

| Indikator | Pertanyaan Wawancara | Hasil Wawancara | Keterangan |
|-------------------------------------|---|---|--|
| Jangkauan Interaksi Penonton | 1. Bagaimana cara Anda memastikan <i>live streaming</i> mencapai banyak penonton? | - <i>Celebrity</i> : "Aku selalu usahain buat <i>live streaming</i> di jam-jam prime time biar lebih banyak yang nonton." | Melalui <i>live streaming</i> di waktu yang tepat, jangkauan penonton semakin luas. |
| | 2. Apa dampak penggunaan platform TikTok terhadap jangkauan penonton? | - <i>Celebrity</i> : "Pake platform kayak TikTok tuh ampuh banget buat nyebarin promosi." | Penggunaan platform seperti TikTok memperluas jangkauan penonton secara signifikan. |
| | 3. Apakah kolaborasi dengan influencer lain meningkatkan jangkauan penonton? | - <i>Celebrity</i> : "Aku kadang kerjasama sama influencer lain buat kolaborasi. Jangkauan jadi makin luas." | Kolaborasi dengan influencer lain memperluas jangkauan di luar pengikut utama <i>celebrity</i> . |
| | 4. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap promosi <i>live streaming</i> ? | - Konsumen: "Aku liat si <i>celebrity</i> live di Instagram, jadi penasaran buat coba bolunya." | Promosi melalui <i>live streaming</i> meningkatkan ketertarikan konsumen baru. |
| | 5. Bagaimana dampak <i>live streaming</i> terhadap peningkatan penjualan? | - Owner: "Sejak pakai <i>celebrity</i> , jangkauan kita makin luas, penjualan naik." | <i>Live streaming</i> berkontribusi pada peningkatan penjualan karena jangkauan lebih luas. |

| | | | |
|------------------------------------|--|--|---|
| Kualitas Konten | 1. Bagaimana Anda menjaga kualitas konten selama <i>live streaming</i> ? | - <i>Celebrity</i> : "Aku selalu pake kamera dan lighting yang bagus biar kontennya keliatan profesional." | Penggunaan peralatan berkualitas tinggi menjaga kualitas visual dan menarik penonton. |
| | 2. Apakah konten yang kreatif mempengaruhi minat beli? | - Konsumen: "Kontennya seru dan informatif, bikin tertarik buat beli." | Konten yang kreatif dan informatif mampu menarik minat konsumen untuk membeli. |
| | 3. Bagaimana tanggapan Anda terkait pentingnya kualitas konten dalam mempromosikan produk? | - Karyawan 1: "Konten yang bagus bikin kita lebih percaya diri pas jualan." | Kualitas konten yang baik meningkatkan keyakinan tim dalam memasarkan produk. |
| | 4. Apakah kualitas konten mempengaruhi daya ingat konsumen terhadap brand? | - Karyawan 2: "Kalo kualitas kontennya bagus, pelanggan lebih gampang inget sama brand kita." | Kualitas konten membantu meningkatkan brand recall di kalangan konsumen. |
| Kolaborasi dan Kredibilitas | 1. Bagaimana proses kolaborasi Anda dengan tim Bolu Rempah untuk memastikan pesan promosi konsisten? | - <i>Celebrity</i> : "Aku sering diskusi sama owner biar pesannya sesuai sama brand." | Kolaborasi dengan tim memastikan kesesuaian pesan dengan identitas brand. |
| | 2. Apakah kolaborasi mempengaruhi kredibilitas produk di mata konsumen? | - Owner: "Kerja bareng <i>celebrity</i> ini bikin brand kita jadi lebih kredibel di mata konsumen." | Kolaborasi dengan <i>celebrity</i> meningkatkan kredibilitas brand di mata konsumen. |
| | 3. Bagaimana tanggapan Anda terkait kepercayaan konsumen terhadap produk setelah | - Konsumen: "Liat si <i>celebrity</i> yang promosiin, aku langsung | Kredibilitas <i>celebrity</i> membuat konsumen lebih percaya pada |

| | | | |
|--|---|--------------------------|---------------------------|
| | melihat promosi dari <i>celebrity</i> ? | percaya sama produknya." | produk yang dipromosikan. |
|--|---|--------------------------|---------------------------|

Kesimpulan:

Peran ***Celebrity Live streaming*** sangat efektif dalam memperluas **jangkauan interaksi penonton**, meningkatkan **kualitas konten**, serta membangun **kolaborasi dan kredibilitas** yang lebih kuat dengan brand. Kolaborasi antara *celebrity* dan tim Bolu Rempah memastikan konten promosi konsisten dengan identitas brand, sementara kredibilitas *celebrity* meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Berikut adalah tabel indikator, pertanyaan wawancara, hasil wawancara, dan keterangan terkait **Efektivitas *Celebrity Live streaming* terhadap SME Sustainability**:

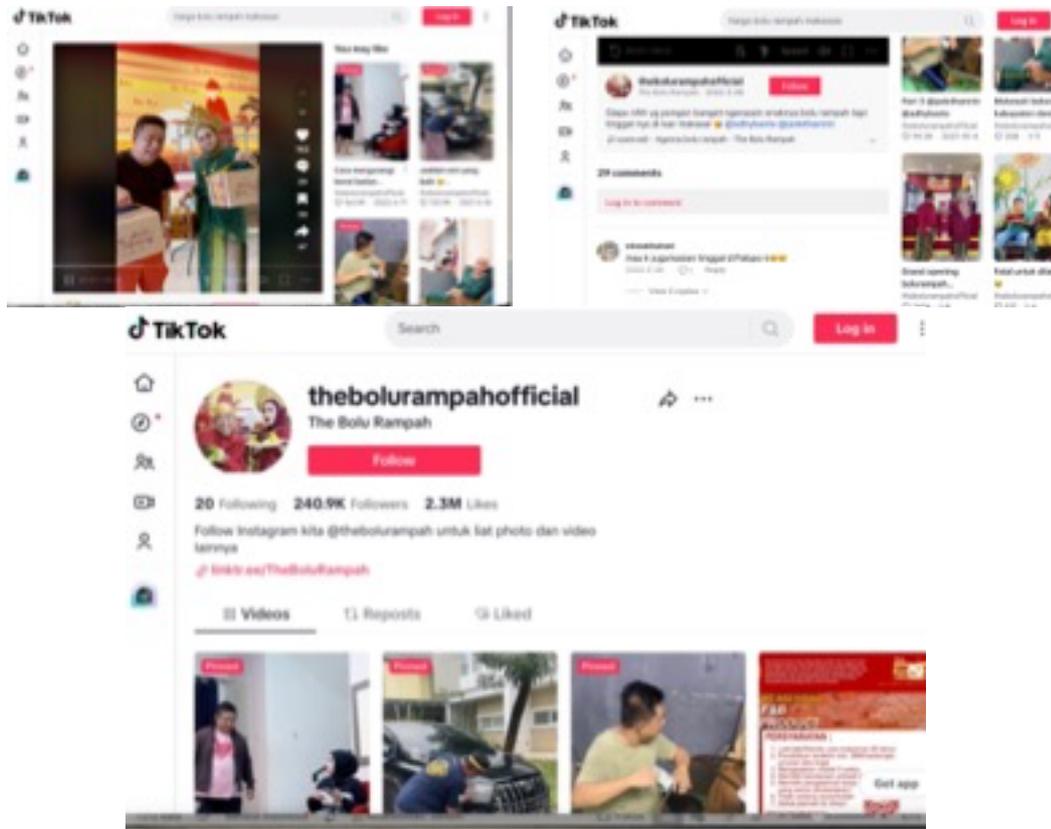
| Indikator | Pertanyaan Wawancara | Hasil Wawancara | Keterangan Efektivitas |
|--------------------------------------|--|---|---|
| Tercapainya Nilai BEP | 1. Bagaimana dampak <i>live streaming</i> terhadap pencapaian BEP perusahaan? 2. Seberapa efektif <i>live streaming</i> dalam meningkatkan penjualan? 3. Apakah promosi dari <i>celebrity</i> membantu mencapai target keuangan lebih cepat? | 1. Owner: "Sejak pake <i>celebrity</i> buat promosi, kita lebih cepat nyampe BEP." 2. Karyawan 2: "Dengan promosi dari <i>celebrity</i> , target harian jadi lebih mudah tercapai." 3. Konsumen 4: "Gara-gara nonton <i>live streaming</i> , aku jadi pengen beli bolunya." | <i>Live streaming</i> oleh <i>celebrity</i> terbukti efektif mempercepat pencapaian BEP, dengan meningkatnya penjualan dan daya tarik konsumen terhadap produk. |
| Berkembangnya Nilai Aset UMKM | 1. Bagaimana <i>live streaming</i> memengaruhi perkembangan aset perusahaan? 2. Apakah peningkatan | 1. Owner: "Dengan meningkatnya penjualan dari promosi, kita bisa nambah aset." 2. Karyawan 1: | Peningkatan penjualan melalui <i>live streaming</i> memungkinkan pengembangan aset seperti pembelian alat produksi baru |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>penjualan berdampak pada pembelian aset baru?</p> <p>3. Apa dampak peningkatan aset pada fasilitas kerja dan inovasi?</p> | <p>"Fasilitas di tempat kerja makin lengkap."</p> <p>3. Konsumen 1: "Aku liat sekarang Bolu Rempah punya banyak variasi produk baru."</p> | <p>dan inovasi produk.</p> |
| <p>Peningkatan Kapabilitas Produksi</p> | <p>1. Bagaimana promosi <i>celebrity</i> berdampak pada peningkatan produksi?</p> <p>2. Apakah ada pelatihan yang diberikan setelah peningkatan penjualan?</p> <p>3. Bagaimana peningkatan produksi memengaruhi kualitas produk?</p> | <p>1. Owner: "Setelah penjualan naik, kita mulai ngasih pelatihan buat karyawan."</p> <p>2. Karyawan 2: "Kita sering ikut training buat ningkatin kemampuan."</p> <p>3. Konsumen 2: "Aku perhatiin, kualitas bolunya makin bagus."</p> | <p>Peningkatan penjualan membuka peluang untuk pelatihan karyawan, yang kemudian meningkatkan kapabilitas produksi dan kualitas produk.</p> |

Kesimpulan: Berdasarkan hasil wawancara, *Celebrity Live streaming* terbukti efektif dalam mendukung **sustainability** UMKM melalui peningkatan penjualan yang mempercepat tercapainya BEP, pengembangan aset, dan peningkatan kapabilitas produksi.

Lampiran 3. Dokumentasi







KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10, Tamalanrea, Makassar 90245
Telepon (0411) 583678 Laman: feb.unhas.ac.id Email: feb@unhas.ac.id

Nomor : 06439/UN4.4/2024

21 Agustus 2024

Lampiran:

Hal : Izin Penelitian

Yth : **UMKM The Bolu Rampah**
di
Makassar

Disampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin :

Nama : **Salsabila fatikha**
No. Pokok : A021201048
Departemen : Manajemen
Tempat/Tgl Lahir : Surabaya, 27 Maret 2002
Program Studi : Strata Satu (SI)
Alamat/No. Telp : Jln inspeksi kanal no.106 / 082157806424

Penelitian untuk Tugas Akhir /Skripsi dalam rangka menyelesaikan studinya, Judul Skripsi yang ditulis :

EFEKTIVITAS CELEBRITY LIVE STREAMING TERHADAP SME SUSTAINABILITY (STUDI KASUS PADA THE BOLU RAMPAH KOTA MAKASSAR)

Sehubungan dengan hal di atas, mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan menerima / mengizinkan mahasiswa tersebut melakukan penelitian pada Instansi /Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Atas izin dan bantuan yang diberikan, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Mursalim Nohong.SE.,M.Si.
NIP. 197106192000031001

Tembusan:

1. Ketua Departemen:
2. Arsip Akademik dan Kemahasiswaan.