

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyyah, Imroatu, and Asri Rejeki. "Pengaruh Brand Image Dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4 (2022): 3265–72.
- Akbar, Fauzan. "Launching and Growing Digital Marketing Career," 2022.
- Al-Hawafiz Al-Tijariyyah Fi Al-Fiqh Al-Islami*, n.d.
- "Al-Qur'an, Surat An-Nisa' Ayat 29," n.d.
- "Al-Qur'an, Surat Yusuf Ayat 55," n.d.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Arisandy, Yosy. *Sistem Informasi Manajemen (Teori Dan Implementasi Dalam Bisnis)*. Yogyakarta: Puataka Pelajar, 2017.
- Azkiya, Gulman. "Mengenal *E-commerce*, Manfaat, Dan Cara Kerjanya." Ruangguru, 2022.
- Bawono, Adhi, Isanawikrama Isanawikrama, Kusumah Arif, and Yohanes Jhony Kurniawan. "Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ)." *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2018): 131–44. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>.
- Brand, Sosiakita. "Ketahui Perbedaan TikTok Shop, IG Shop, Dan Fb Marketplace." Sosiakita Brand, 2022.
- Chairunisa. "Apa Itu TikTok Shop: Platform Jualan Yang Kian Populer," 2022.
- Dewanti Pertiwi, and Henna Gusfa. "Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute." *Jurnal Media Kom Universitas Mercu Buana Jakarta*. VII, No.2 (n.d.): 4.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Fathurrozak. "Kantongi Cuan Dari Tas Cantik," 2022.
- Fauzi, Akhmad, and Nina. "Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Jasa Kreatif Yours Bandung." *Jurnal Manajemen* Vo.4 No.2 (2018): 1310.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2015.
- Ginee.com. "Social Commerce vs Ecommerce: Mana Yang Lebih Menguntungkan?," 2021.
- Halim, Fitria, and Acai Sudirman. *Marketing Dan Sosial Media*.

- Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020.
- Haliyani, Fadilah Putri. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Starbuck Indonesia (Studi Pada Pengakses Akun Instagram @starbucksindonesia).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol.7 (2019).
- “Harga Lokal Kualitas Internasional, Flicka Bag Hadir Eksklusif Di AladinMall by Mister Aladin.” Tim IDXChannel, 2022.
- Husein, Umar. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo, 2005.
- Indah, Kamilia. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 2018, 7.
- Ini, Berita Hari. “Asal Muasal TikTok Mendunia,” 2020.
- Irdawati. “Tiktok: Bertransformasi Menjadi e-commerce Menyaingi Situs Belanja Online Lainnya? Dan Kelebihan Yang Dimilikinya.” kompasiana, 2022.
- Irvanto, Ogy, and Sujana Sujana. “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 105–26. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>.
- Kartika Wulan Aan. “STUDI KORELASI ANTARA KUALITAS KONTEN, DAYA TARIK KONTEN DAN TERPAAN TAYANGAN VIDEO BLOG PADA AKUN BEAUTY BLOGGER ABEL CANTIKA DI YOUTUBE DENGAN PERILAKU IMITASI SISWI DI SMK NEGERI 4 SURAKARTA,” 2019.
- Kibtyah, Maria Rizma, Iwan Mulyawan, and Rafiati Kania. “Pengaruh Video Advertising Pada Platform Digital Tik-Tok Terhadap Niat Membeli.” *The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*, 2021, 1279–85.
- Kinanti, Ayu Puspa. “TikTok Luncurkan TikTok Shop.” Campus Digital, 2021.
- Kotler, Philip, and Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Edisi Kese. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997.
- . *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Marketing Management*. Edisi 15. London: Pearson Education, 2016.
- Kotler, Philip, and Keller Kevin. *Marketing Management*. 15th ed. London: Pearson Education, 2016.
- Lestari, Erika D, and Ce Gunawan. “Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli.” *Februari 2021 EMBISS* 1, no. 2 (2021): 75.

- Manurung, Rut Sheril Margaretha, Firdaus Yuni Dharta, and Flori Mardiani Lubis. “Pengaruh Tayangan Konten Racun Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Komunitas Prefix.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 10 (2022): 7559–68.
- Mashrukin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Meyrina, Priscilla Panti. “Kajian Semiotika Perubahan Maskot Majalah Anak – Anak BOBO.” *Jurnal Dekav* Vol.8, no. No. 1 (2015): 23.
- Muhajirin. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018.
- Mulyansyah, G. T. Sulistyowati, R. “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya.” *Pendidikan Tata Niaga* 9(1) (2020): 1097–1103.
- Nashr, Tajun. *Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam*, 2016.
- Nasrullah, R. *Media Sosial Prosedur, Tren Dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Novianto, Indra, Adibayu Pamungkas, and Martha Tri Lestari. *Marketing Communication in Cybermedia Era*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- . *Marketing Communication In Cybermedia Era*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- . *Marketing Cummunication in Cybermedia Era*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Oisina, Ilona Vicenovie Situmeang. “Pengaruh Daya Tarik Content Marketing Dan Content Riview Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Akun @msglowbeauty).” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* IV, no. II (2021): 265–76.
- Pertiwi, Dewanti, and Henna Gusfa. “Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute.” *Jurnal Media Kom Universitas Mercu Buana Jakarta*. Vol. VIII (n.d.): 4.
- Priansa, Doni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Raharjo, Tri Weda. *Respon Terhadap Merek Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan Di Youtube*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.
- Rahayu Tri Astuti, Sri. “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi Pada Warung Makan ‘Bebek Gendut’ Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 3 (2013): 1–11.

- Rakhmat, J. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Rizal. “Survei: Kini Masyarakat Paling Doyan Belanja Lewat TikTok Shop.” *Info Komputer*, 2022.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Santoso, Amanda. “Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita.” *Jurnal Teknik ITS* 6, no. 1 (2017): 50–54.
- Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenata Media, 2003.
- Sihura, Angela Seprilian Nevanda, Effiati Juliana Hasibuan, and Taufik Wal Hidayat. “Pengaruh Konten Tiktok Dr. Yessica Tania Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wanita.” *Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* 4, no. 1 (2022): 8–16. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1146>.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Ed. 7. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, and Denny S. Oetomo. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Bandung: Pustaka Baru, 2015.
- . *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.
- . *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 1 (2017): 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>.
- Tenola, Dinda. “JNE Apresiasi Pelanggan Setia Surabaya Dalam JLC Member Gathering 2018.” *JawaPos.com*, 2018.
- “TikTok,” n.d.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management Dan Strategy*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Toole, Kevin, and Mark O’ Pilling. “Marketing Mix.” *Airline Business* 19,

- no. 12 (2003): 70.
<https://doi.org/10.4337/9781800883284.marketing.mix>.
- Triadi, Defri, and Cristi Devi Darnita. "Strategi Membangun Brand Image Dan Promosi Dengan Sosial Media Pada UMKM Jawet Sama Arep." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 9, no. 2 (2021): 326–48. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.241>.
- Tusanputri, Alyasinta Viela, and Amron. "Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-commerce Tiktok Shop." *Journal FEB UNMUL* Vol 23, no. 4 (2021): 632–39.
- Utami, Putu Hardayani, Ni Made Ras Amanda, and I Gusti Agung Alit Suryawati. "Pengaruh Penggunaan #skincareviral Di Video TikTok Terhadap Minat Beli Skincare Bagi Pengguna TikTok Di Denpasar," n.d., 1–8.
- Wicaksono, Satria Adi. "Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Semarang*, 2015, 13.
- Youtap.id. "Strategi Penjualan Online Paling Efektif Meningkatkan Omzet," 2021.
- Zakawali, Gifari. "Apa Perbedaan E-commerce Dan Social Commerce Dalam Bisnis?," 2022.
- Zayyan, Syafika, and Saino. "The Effect of Using the Tik Tok Application as a Promotional Medium and the Glow up Trend on Interest in Buying Beauty Products." *Jurnal Manajemen* 13, no. 2 (2021): 282–91.
- Zuliyant, Alifia Firyal Farhana. "Perilaku Pengambilan Keputusan Berasuransi Unit Link Syariah Dalam Perspektif Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Panin Dai-Ichi Life Yogyakarta." *Perilaku Pengambilan Keputusan Berasuransi Unit Link Syariah Dalam Perspektif Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Panin Dai-Ichi Life Yogyakarta*, 2018, 1–25.
- Zulviani, Mamik, Nurul Akramiah, and Eva Mufidah. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas 'Sophie Martin Paris.'" *Jurnal EMA* 4, no. 1 (2019): 1–13. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.33>.