

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, Putri, & Hendratmoko, C., "Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya." Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), STIE Surakarta, Surakarta, Indonesia. E-ISSNNO: 2829-2006, Mei 2023.
- Admin. "3 Elemen Content Marketing Yang Wajib Ada Di Dalam Media Sosial." Digital Marketing School Bandung. 2023. <https://www.digitalmarketingschool.id/3-elemen-content-marketing/>.
- Ajimat, A., Sunarsi, D., & Sidiq, F.: Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah Sepatan. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat* 1. No. 1 (2020).
- Ajwa, Husam Abo: "The role of *Viral Marketing* in improving the mental image of the Palestinian cellular communications company Jawwal-Southern Governorates." *AAU Journal of Business & Law* 5. No. 2 (2021).
- Alfifto, Alfifto, Anggelia Siringoringo, and Haryaji Catur Putera Hasman: "Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Medan." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 2. No. 1 (2022).
- Anggraini, Windi, Berlintina Permatasari, and Almira Devita Putri: "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung." *TECHNOBIZ: International Journal of Business* 6. No. 2 (2023).
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Cai, Jie, and Donghee Yvette Wohn, "Live Streaming commerce: Uses and gratifications approach to understanding consumers' motivations." Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences, New Jersey Institute of Technology Newark, NJ, USA. ISBN: 978-0-9981331-2-6, 19 Februari, 2019.
- Candra, Rieo. "Pengaruh internet marketing dalam pembentukan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis islam (studi pada konsumen ladyfame shop)." Skripsi. UIN Raden Intan Lampung, 2018.

- Dewi, Ni Putu Aprilia, Faizatul Fajariah, and I. Made Suardana: "Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee." *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 1. No. 4 (2023).
- Diwi, Angelina I., R. Rumani Mangkudjaja, and Ida Wahidah. "Analisis Kualitas Layanan Video Live Streaming pada Jaringan Lokal Universitas Telkom." *Buletin Pos dan Telekomunikasi* 12. No. 3 (2014).
- Erika, Yulistiara. 2021. "Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Era New Normal (Studi Pada Konsumen Scarlett Di Kabupaten Pringsewu)." Skripsi. UIN Raden Intan Lampung. 2021.
- Fachmy, Recha Noorridha, and Mas Rasmini: "Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4. No. 5 (2023).
- Fathoni, Muhammad Anwar: "Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam." *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah* 9. No. 1 (2018).
- Febriadi, Engki. "Pengaruh Iklan Bimoli Ditelevisi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2011.
- Ginting, Anggi Khairunnisa, and Kartini Harahap: "Pengaruh Direct Marketing dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan)." *Journal of Social Research* 1. No. 8 (2022).
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research Jilid 1*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Hidayati, N.L.: "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 6. No. 2 (2018).
- Hinz, Oliver, Bernd Skiera, Christian Barrot, and Jan U. Becker: "Seeding strategies for Viral Marketing: An empirical comparison." *Journal of marketing* 75, No. 6 (2011).
- Ho, Jason YC, and Melanie Dempsey: "Viral Marketing: Motivations to forward online content." *Journal of Business research* 63. No. 9-10 (2010).

- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D.: "Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial." *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*. 11. No. 1 (2024).
- Irawan, A., & Misbach, I.: "Pengaruh viral marketing dan endorser terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel intervening." *MBR (Management and Business Review)* 4. No. 2 (2020).
- Lislindawati, Yusminar Wahyuningsih, dan Muhammad Saputra: "Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok." Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 2023, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, ISSN: 2598-0256, E-ISSN: 2598-0238, 3 Agustus, 2023.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif. Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Nardiana, Mayang Eka Oktavia, And Endah Budiarti: "Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endoser, Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Situasi Setelah Penutupan Tiktok)." *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 3. No. 5 (2024).
- Nurivananda, Shahnaz Maulidya, and Zumrotul Fitriyah: "Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z@ Scarlett_Whitening Di Surabaya)." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 4. No. 4 (2023)
- Nurulita, Riza Safira, and Ignatius Hari Santoso: "Attempt to Boost the Sales through the Adoption of Viral Marketing Strategy." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 8. No. 01 (2023).
- Nusantara, Muhammad Dharma, Ratlan Pardede: "Influence Social Media Marketing, Content Marketing And Event Marketing Towards Purchase Intention Mediated By Customer Engagement." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 4, no. 11 (2023).
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H.: "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform Tiktok." *Jurnal Ekobistek* 11. No. 4 (2022).

- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati: "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1. No. 2 (2020).
- Pimpinan Pusat IPNU, "Surat Pengesahan PC IPNU Kudus, 025/PP/SP/XX/7354/V/23" Mei 2023.
- Pimpinan Pusat IPPNU, "Surat Pengesahan PC IPPNU Kudus, 038/PP/SP/7455/XIX/V/2023" Mei 2023.
- Pranadewi, A., Hildayanti, S. K., & Emilda, E.: "Pengaruh Live Streaming, Harga dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Tiktok." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 5. No.1 (2024).
- Puspatriani, Annisa Desty, Ernawati Ernawati, and Arip Budiman: "Workshop Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi bagi Pebisnis Muda." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 4. No. 4 (2023).
- Putri, A. K., & Junia, A. A.: "Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3. No. 4 (2023).
- Rahayu, Luh Made Pradnyani, Yusri Abdillah, and M. Kholid Mawardi: "Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Administrasi Bisnis* 43. No. 1 (2017).
- Rahmayanti, Sri, and Rizky Dermawan: "Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya." *SEIKO: Journal of Management & Business* 6. no. 1 (2023).
- Ramadayanti, Firda: "Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6. no. 2 (2019).
- Ramadhon, G. S., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. "Analisis Pemasaran Viral, Kualitas Produk, Harga Dan Live Streaming Parfum Popcorn Di Marketplace Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Di Madiun." Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, E-ISSN: 2686 - 1771, September, 2023.
- Ridwan, Muhammad. "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)." Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

- Ristania, Novia, and Jerry S. Justianto: "Analisa pengaruh harga, promosi dan Viral Marketing terhadap keputusan pembelian pada" online shop S-nexian melalui facebook." *Journal of Business Strategy and Execution* 5. No. 2, (2013).
- Setiadi, Nugroho J. "Keputusan Pembelian." *Jakarta: Kencana*. 2008.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J.: "Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9. No. 4, (2021).
- Sofiana, Annisa, and Ratna Listiana Dewanti: "The Influence of Live Streaming, Content Marketing and Ease of Transactions on Purchasing Decisions MSME Culinary Snacks Products." *International Conference on Business, Economics & Management for Sustainable Future*, Faculty of Business and Humanities, University of Technology Yogyakarta, Indonesia, e-ISSN: 3021-7784, 18 Juli, 2023.
- Solikhah, Solikhah: "Viral Marketing Ditinjau Dalam Perspektif Hukum Islam." *Journal of Law, Society, and Islamic Civilization* 1. No. 2 (2021).
- Song, Chuling, and Yu-li Liu. 2021. "The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China." 23rd ITS Biennial Conference, Online Conference / Gothenburg 2021, Swedden, 21-23 Juni, 2021.
- Sugiyono: *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitas dan R&D*, Cet. 19, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tanuwijaya, Jessica, and Rachman Mulyandi: "Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc." *Jurnal Sosial dan Sains* 1. No. 5 (2021).
- Vinerean, Simona: "Content Marketing strategy." *In Content Marketing strategy* (2017).
- Wongkitrungrueng, Apiradee, Nassim Dehouche, and Nuttapol Assarut: "Live Streaming commerce from the sellers' perspective: implications for online relationship marketing." *Journal of Marketing Management* 36. no. 5-6 (2020).
- Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik: "Hipotesis Penelitian Kuantitatif." *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3. no. 2 (2021).
- Hanief, Yulingga Nanda, dan Wasis Himawanto. *Statistika Pendidikan*. Yogyakarta: Budi Utama, 2017.
- Yusuf, Ramayani, Heny Hendrayati, and Lili Adi Wibowo: "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian

Pelanggan." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1.
no. 2 (2020).

