

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp Terence. "Periklanan promosi: aspek tambahan komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II edisi 5. (Jakarta: Erlangga. 2003.
- Afida, Afibatus, dan M. Taufiq zamzami, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga". *Jurnal Hukum Islam* 4, no 2 (2018): 106.
- Aisyah, Siti, dkk, "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam JIEBI* 2, No.1 (2020), 71.
- Alquran. An-najm ayat 39-40. *Al-quran dan terjemahnya*. 421
- Anjani, Sari, dan Irwansyah, "Peranan Influencer dalam mengkomunikasikan pesan di media sosial instagram (The role of social media influencer in communicating messages using instagram)". *Polyglot : Jurnal Ilmiah*, 2 (2020): 208.
- Arifin, Zainul. *Dasar-dasar manajemen bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.
- Azizah, Lukita, dkk., "Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia". *Jurnal Teknis ITS* 10, no.2, (2021): 438.
- Bhatti, Anam. "Sales Promotion and Price Discount Effect on customer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan". *International journal of Business Management*.
- Dewa, Chriswardana bayu dan Lina Ayu Safitri. *Jurnal Pariwisata dan Budaya* 2, no.1, (2021): 67-Diakses pada 21 Juni, 2022, DOI 10.31294/khi.v12i1.10132
- Dewa, Chriswardana bayu, dan Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industry Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemic Covid-19". *Jurnal Pariwisata dan Budaya* 2, no.1, (2021) - Diakses pada 21 Juni, 2022, DOI 10.31294/khi.v12i1.10132
- Ferdinand, Augusty. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2002.
- Fitri, Afriza Indah, dan Selvi Ainul Inayah. "Efektivitas media tiktok dan influencer mendorong penjualan Lippie serum Raecca dipandemi covid19". *Jurnal EK&BI* 4, no.1 (2021): 346.

- Furchan, Arif. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya:Usaha nasional, 1992.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang:UNDIP,2016.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multiverse dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2016.
- Ghozali, Imam. *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen,Akuntansi, dan Bisnis(untuk Landasan teori Skripsi, Tesis, da Disertasi)*. Semarang: Yoga Pratama,2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Undip,2018.
- Hanindharputri, Made Arini, dan .Komang Angga Maha Putra, “Peran influencer dalam strategi meningkatkan promosi dari suatu brand”. in Sandyakal:Prosiding Seminar Nasional seni, kriya, dan desain,1 (2019): 336.
- Hariyanti, Novi Tri, dan Alexander Wirapraja. “Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal eksekutif* 15,no.1 ( 2018): 144.
- Hatta, Holila, dan Rangga Adrenanus. “Pengaruh *Influencer, Membership Program, dan Instagram Ads* Terhadap Minat Pembelian Ulang *Customer Brand Coach* (Studi Kasus Coach, Plaza Senayan )”. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* 2, no. 2 (2019):79.
- Isnaini, Arif. *Model dan strategi pemasaran*. Makasaar:Ntp Press,2005.
- Kambolong, Makmur,Nurjannah,lia ambarwati. *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2021.
- Kasmir. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana,2014.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Principles of Marketing*. Jakarta:Global Edition,2018.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Ketler. *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1*. Jakarta:Penerbit Erlangga,2010.
- Kristia, Syeli Efa. “Pengembangan media promosi berbasis aplikasi Tiktok untuk meningkatkan minat beli produk UKM DM-Seafood”. *Jurnal pendidikan tata niaga* 9,No.3(2021):1430.
- Lestari, Erika Desi, dan Ce Gunawan. Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada

- Minat Beli. *jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial* 1, no. 2 (2021).
- Luthfiyatillah ,dkk., “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian”. *jurnal penelitian ipteks*, 5 no.1(2021):102.
- Machfoed, Mas’ud, dan Mahmud Machfoedz. *kewirausahaan metode,Manajemen dan implementasi*. Yogyakarta: BPFE 2005.
- Madhani, Luluk Makrifatul, dkk., “Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa di Yogyakarta”. *Jurnal Mahasiswa FIAII-UII At-Thullab* 3, no. 1,(2021):611.
- Masrukin. *Statistik Inferensial* . Kudus: Media Ilmu Press,2008.
- Maulana, Irfan,dkk.,“Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital”. *Jurnal Bijak*17,no.1,(2020):28.- diakses pada 18 Januari, 2022, <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mumtaz, Zayyan Syafika, dan Saino. “Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok sebagai media promosi dan trend *glow up* terhadap minat beli produ kecantikan”. *Jurnal manajemen* 13, no.2 (2021):283.
- Nahari , Akhmad Yasin Rizki. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @erigo.store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo”. *Jurnal Commercium* 5,no.1 (2021):23.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta:Graha Ilmu ,2011.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2016.
- Novianti, Dwi Anggi, dkk., *Covid-19 catatan Linimasa pada Analisis Muda*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,2020.
- Peter dan Olson. *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta:Salemba Empat, 2014.
- Puthantara,Wahyu.*Metode Penelitian kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta:Graha ilmu, 2010.
- Putra, Endhar Widjaya, dkk. “Pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 38,no.2 (2016).
- Rohmad. *Pengantar Statistika: Panduan praktis bagi pengajar dan mahasiswa*. Yogyakarta:Kalimedia,2016.

- Ruslan, Rosady. *Metode penelitian public relations dan komunikasi*. Jakarta;Raja Grafindo Persada,2003.
- Sabri, dan melly Susanti. *Kewirausahaan Pemanfaatan Limbah Pelepah Kelapa Sawit Dalam Menunjang Perekonomian Masyarakat Desa*. Bandung:Media sains Indonesia,2021.
- Saebani, Beni Ahmad. *Metode penelitian*. Bandung:CV Pustaka Setia, 2008.
- Sanusi, Anwar. *Metode penelitian Bisnis*. Jakarta:Salempa empat,2019.
- Sijoatmodjo, Febby A, dan venny Soetedja, “Pengaruh celebrity endorsement terhadap *purchase intention* dengan *Brand Awareness* sebagai variabel mediasi pada produk merek “Keekho”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5,no.6,Februari 2021.
- Siregar, Syofian. *Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta:Rajawali pers,2014.
- Siregar,Syofian. *Statistik Deskriptif untuk penellitian*. Jakarta:PT Rajagrafindo persada, 2010.
- Solis, Brian. *The Rise Of Digital Influence*. United States:Altimeter Groub,2012.
- Soliha, Euis. “Pengaruh kredibilitas sumber dan kerangka pesan pada persepsi risiko konsumen”, *Jurnal manajemen teori dan terapan* 4,no.3 (2011)
- Stevani, Natasia, dan Ahmad Junaidi. “Pengaruh *influencer* terhadap minat beli produk fashion wanita pada instagram”. *Jurnal Prologia* 5,no.1 (2021)
- Sugiharto, Shiza Azi, dan Maulana Rezi Ramadhan. “Pengaruh Kredibilitas *Influencer* terhadap sikap pada merek (Studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)”. *Jurnal ilmu politik dan Komunikasi* 8,no.2(2018) .
- Sugiyono. *Metode penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta,1999.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta:Bandung,2017.
- Sugiyono. *Metode penelitian Pendidikan(pendekatan kuantitatif,kualitatif,dan R&D)*. Bandung:Alfabeta 2008.
- Suryani dan hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif:Teori dan Aplikasi penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta:Prenamedia,2016.

- Susilowati. “pemanfaatan aplikasi tiktok sebagai personal branding di instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpenliebe)”. *Jurnal komunikasi* 9,no.2, (2018):177.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi,2015.
- Winoto, Yunus. “The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library services”. *Jurnal EduLib* 5, no.2 (2015):2.
- Yusuf, Yusni Hervi, dkk. “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli E-Tiket Kapal Cepat di Pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh”. *Jurnal SIMEN (Akuntansi dan Manajemen)* 9, no.2,(2018):12.
- ”30+ Statistik Pemasaran Influencer untuk dimiliki di Radar Anda”. Affde. 18 Agustus, 2018. <https://www.affde.com/id/30-influencer-marketing-statistics-to-have-on-your-radar-2021.html>

