

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amstrong, P. K. dan G.(2014). *Principles of Marketing* (12th ed.). Erlangga.
- Daryanto, (2010). *Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Belch, G. E. B. & M. A. (2001). *Introduction Ad and Promotion. An Integrated Marketing*. McGraw Hill Company.
- Kotler, P. (2000a). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Perason Education Asia.
- Kotler, P. (2000b). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Perason Education Asia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya Cemerlang .
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen* . Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.

Skripsi & Jurnal

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.

- Aji, GG Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo.
- Alamanda, A. R. & Dea, A. (2022). Tiktok VS Instagram Reels: Platfrom Untuk Konten Promosi Bisnis Fashion Online. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(5), 6327-6334.
- Azzahra, A., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481-496.
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., & Purnami, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiwa Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 616-626.
- Dwiyanti, S. A. I., & Fitri, A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 345-353.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tiktok Sebagai Media Promosi Ditinjau dari Perspektif Buying Behaviors. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 112-120.
- Fauziah, N., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(1).
- Farhana, N., Okprana, H., & Sormin, RK (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tiktok Shop dengan Metode C4. 5. *EDU Cerdas: Buletin Edukasi*, 1 (3), 101-111.
- Husein, F. M., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2022). Analisis Pengaruh Lokasi Usaha dan Promosi di Media Sosial Terhadap keputusan pembelian di caffe N01_id Tataaran. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2), 1269-1280.

- Ikkal, I. (2022). Pengaruh Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Motivasi Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Fast Fashion Di Surabaya. *PRAGMATIS*, 3(1), 60-67.
- Lokantara, I. G. W., & Mayasari, D. (2021). Pengembangan Minat Berwisata melalui Produksi Konten Video Promosi Wisata Berbasis Digital di Desa Kurau Barat, Kabupaten Bangka Tengah. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 6(2), 153-162.
- Maidasari, E., Narundana, V. T., & Lolyana, R. (2021). Pengaruh Promosi Video Marketing Merk Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Yamaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 128-137.
- Mumtaz, Z. S., & Saino, S. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282-291.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21-34.
- Nurimani, G. S. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 59-62.
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Nuha, N. U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 127-143.
- Ongrio, Y. (2022). *Pengaruh Konten Promosi TikTok@ BEC HOUSE Terhadap Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19* (Doctoral dissertation, Podomoro University).
- Permatasari, D., Februadi, A. C., & Gunawan, A. I. (2021, September). Proyek Meningkatkan Brand Awareness Forget Me Not Coffee Melalui Video Promosi di Instagram. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1144-1149).
- Reski, E. C., & Murhadi, W. R. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2).
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.
- Safri, D. N., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Compatibility Lifestyle Milenial dan Peran Endorser Influencer Terhadap minat Beli pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 10-17.
- Sari, MN, Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2022). Analisis Strategi Bisnis UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 5 (1), 001-009.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25-34.
- Seanna, T. (2022). Pengaruh Komunikasi Persuasif TikTok Live Online Shop terhadap Keputusan Pembelian Melalui TikTok Shop/Talitha Seanna/69180300/Pembimbing: Tony Sitinjak.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.
- Ulfa, W. S., & Fikriyah, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(2), 106-118.
- Velia, V., & Candraningrum, D. A. (2019). Pengaruh Viral Marketing Video Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Goreng iONG. *Prologia*, 3(2), 358-364.
- Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 28-38.
- Wulandari, E., Andayani, S., & Nasution, U. C. M. (2022, August). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan

Pembelian Produk Lacoco Skincare Pada Stokis Cabang Surabaya.
In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 31-35).

Wiratna, H., & Lakoro, R. (2017). *Perancangan Video promosi wisata pantai Kabupaten Jember dengan konsep sinematik infografis*. *Jurnal sains dan seni ITS*, 6(2),

