

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Agustina, Tisa. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Jd.Id (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan*. (Skripsi Sarjana, Universitas Pakuan).
- Albert Bandura, Social Cognitive Theory of Personaity, (New York: Guilford Press, 1999), 2-65.
- Alimbudiono, a Sandra Ria. Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. Paper Knowledge , Toward a Media History of Documents, 2019. [http://repository.ubaya.ac.id/38795/2/Ria Sandra Konsep Pengetahuan Akuntansi.pdf](http://repository.ubaya.ac.id/38795/2/Ria_Sandra_Konsep_Pengetahuan_Akuntansi.pdf)
- Amandeep, et., al. 2017. “The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman.” *International Journal of Management Studies and Research (IJMSR)*. Vol. 5, Issue 12. PP 11-19. <https://arcjournals.org/international-journal-of-managerial-studies-and-research/volume-5-issue-12/2>
- Anatasya, JE. (2023). Diakses pada 22 Oktober 2024, dari [https://repository.stikespantiwaluya.ac.id/276/4/STIKESPW Erika%20Joyce BAB%20III.pdf](https://repository.stikespantiwaluya.ac.id/276/4/STIKESPW_Erika%20Joyce_BAB%20III.pdf)
- Andriani, Zihan. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktok Shop Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan).
- Anggraeni, R., & Djuwita, D. (2019). Analisis pemanfaatan social media marketing terhadap customer loyalty yang menggunakan brand trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445-455.

- Annur, C. M. (2024). Iklan TikTok di Indonesia Jangkau 126 Juta Audiens, Terbanyak ke-2 Global. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/06/iklan-tiktok-di-indonesia-jangkau-126-juta-audiens-terbanyak-ke-2-global>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 4, 1–15.
- Anwar, Muhammad Syaiful. (2022). *PENGARUH DISKON HARGA, ENDORSEMENT, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2015-2021)*. (Skripsi Sarjana, UIN Walisongo Semarang).
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Ashari, Ahsan. (2023). *Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Minal Beli Pada E-Commerce Tiktok Shop*. (Skripsi Sarjana, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri).
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzura, S. N., & Amalia, Y. (2023). Harga Produk di Tiktok Shop Lebih Murah? Ini perbandingannya dengan e-commerce lain. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/harga-produk-di-tiktok-shop-lebih-murah-ini-perbandingannyadengan-e-commerce-lain-28474-myk.html?screen=11>
- Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktok Shop Di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v2i1.96>
- Febriyani, Nadia. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Remaja Putri Tanjungpinang Pada Pembelian Produk Secara Online Melalui Tiktok Shop*. (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pembangunan Tanjungpinang).
- Fitri Salsabila, N., Evanthy, A., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). Pengaruh Penggunaan Tiktok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt. Aaron

- Innovation Indonesia. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 1(2), 332–342. <https://doi.org/10.62017/jpmi>
- Hanani, Y., & Hambali, R. Y. A. (2023). ashion Style Milenial Perspektif Feminisme Mary Wollstonecraft. 23, 101–112.
- Hayat, M. A. (2019). Hubungan Antara Iklan Online Dengan Minat Beli Konsumen. Jurnal Terapung : Ilmu-Ilmu Sosial, 1. <http://eprints.umg.ac.id/32/9/6%20BAB%20III.pdf>, diakses pada 26 Januari 2025
- <http://repository.iainkudus.ac.id/4486/5/5.BAB%20II.pdf>, diakses pada 22 Januari 2025
- <https://campusdigital.id/artikel/TikTok-luncurkan-TikTok-shop-apa-sih-itu?ref=farisfanani> , diakses pada tanggal 24 Januari 2025
- <https://eprints.ums.ac.id/48361/1/02.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>, diakses pada 13 Januari 2025
- <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2018/G.331.18.0161/G.331.18.0161-15-File-Komplit-20230310085524.pdf>, diakses pada 10 Januari 2025
- <https://freepnglogo.com/image/tiktok-shop-logo-png-transparent>, diakses pada 20 Februari 2025
- <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/article/download/3070/1340>, diakses pada 14 Januari 2025
- <https://kumparan.com/berita-update/mengenal-apa-itu-TikTok-shop-dan-caramenggunakannya-1x9SZO2FF04/full> , diakses pada tanggal 17 Januari 2025
- https://www.researchgate.net/figure/Gambar-2-Kriteria-Pengujian-Hipotesis-Denagn-Uji-F_fig1_376025619 , diakses pada 11 Februari 2025
- Icek Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 180–206.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

- Ismi, Anisa Putri. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Iklan(Review Produk Somethinc) Terhadap keputusan Pembelian Padae-Commerce Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Palembang.*(Skripsi Sarjana, Universitas Sriwijaya.
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Jagdish N Sheth, A Theory of Famiy buying Decision, (New York: Harper & Row, 1974), 37-51. 4 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 188
- Kasiram Moh., Metodologi Penelitian KualitatifKuantitatif, Cet.II, Malang; UIN Maliki Press, 2009.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Principle Of Marketing*, 15th edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- M.Suyanto. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan COD (Bayar Di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(2), 498-505. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Minor, M. dan Mowen, J.C. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Naben, M. N. (2023, November). Analisis “Predatory pricing” TikTok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1022-1030).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan

- pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, S. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. 2(1), 142–155.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 67-92.
- Rahman, F., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktok Shop Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(3), 2041-2049.
- Rahmawati, P. (2022). *Pengaruh Konsep Aida Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Le Minerale (Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta).
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alaudin University Press.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Rizky, A.F dan Munawar, A.A. (2024). *Pengantar E-Commerce Business Di Era Digital*.
- Sandrina, S., & Dirbawanto, N. D. (2023). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA FITUR TIKTOK SHOP DI APLIKASI TIKTOK (Studi pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Price: Ekonomi dan Akuntansi*, 1(02), 79-88.
- Saputro, A. H., Suryaningprang, A., Wijaya, F., Muttaqin, R., & Tawaqal, R. S. (2023). *BAHASA INDONESIA PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL*

MELALUI TIKTOK SHOP UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN BAGI
PELAKU USAHA DI VIRAGEAWIE. Jurnal Abdi Insani.

- Sasmita, J. L. (2015). Pengaruh Advertising Appeal, Attitude Toward Brand, Dan Attitude Toward Advertising Terhadap Variabel Brand Preference Pada Obyek Iklan Pop Mie Gadis Hongkong. Jurnal AGORA , 3 (2), 2.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 1–18.
- Siti Aliyati Albushairi, N. H. (2018). Perilaku Konsumen. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Snyder, H. 2019. 'Literature review as a research methodology: An overview and guidelines'. Journal of Business Research, 104, pp. 333–339, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.
- Soewardikoen, D. W. (2015). Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957. Yogyakarta: Calpulis.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal 14.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development. Yogyakarta: ALFABETA.
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hal.11.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metode Penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suliyanto (2011), Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS, Yogyakarta: Andi Office
- Suliyanto. (2011). Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI.
- Suprihati, W. B. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. Jurnal Paradigma, 107-110.

- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suyanto. 2004. *Analisis & Desain: Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Thaariq, N. R. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing, Inovasi Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal Erigo (Studi Pada Remaja Generasi Z Di Kota Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tinarbuko, S. 2007. *Semiotika Iklan Sosial (bagian I)*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Winasis, C. L. R., Widiati, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 47-61.
- Yusriyah, A., Yusuf, D. V., Arisdianta, I. K., Dewi, N. K. P. C., Kurniawan, S. M., & Tarigan, S. A. (2016). Belajar dari TikTok Shop: The Iceberg. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 4, Issue 1).
- Yusuf, Muhammad dan Lukman Daris (2018), *Analisis Data Penelitian (Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan)*, Bogor: PT IPB Press.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

