

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Anur, C. M. (2023). *Jumlah Pengguna TikTok Terus Bertambah sampai Kuartal III-2023*. Databoks.
- Arikunto, & Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari, A. (2023.). *Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat beli Pada E-commerce TikTok Shop*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Bulan, S., & Rohmadoni, Z. V. (2022). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Intensi Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 59–65. <https://doi.org/10.51454/decode.v2i2.42>
- Chapple, C. (2020, April). *TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever*. <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>
- Ferdinand, A. (2006). Pengembangan minat beli merek ekstensi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3, 243–266.
- Fide, S., Suparti, & Sudarno. (2021). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Tiktok Di Google Play Menggunakan Metode Support Vector Machine (Svm) Dan Asosiasi. *Jurnal Gaussian*, 10(3), 346–358. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/>
- Gaurav, K., & Suraj Ray, A. (2020). Impact of Social Media Advertising on Consumer Buying Behavior in Indian E-commerce Industry. *Sumedha Journal Of Management*, 9(1), 41. <https://doi.org/10.46454/sumedha/9.1.2020.3>
- Ginee. 2021. *Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!* Tersedia di <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> [Accessed 8 Juni 2022].
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A., & Maulana, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. In *Pemasaran Komunikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Erlangga

- Irma, Fauzi (2022) “Pengaruh Iklan, Sistem COD, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara)” *ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331*.
- Iqbal, M. (2020). TikTokRevenue and UsageStatistics (2020). URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tokstatistics/>. Diakses tanggal 12 Februari 2021.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar periklanan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Jayani, D. H. (2023). *Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia*. Databoks.
- Kadek, L., Martini, B., Komang, L., & Dewi, C. (2021). *Pengaruh Media Promosi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Kunal, Aishwarya (2020) “Impact of Social Media Advertising on Consumer Buying Behavior in Indian E-commerce Industry” *SUMEDHA-journal of Management Reffered Journal of CMR College of Engineering & Technology* ISSN: 2277-6753 (Print) ISSN:2322-0449 (Online) <http://cmrcetmba.in/sumedha/>
- Kotler, Kaller (2009) “*Marketing Management*, Penerbit Person Prentice Hall, London.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13.
- Kotler, P., & Keller, K.L (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip Dan Keller, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua Belas, PT.Indeks, Jakarta
- Luh Kadek, Luh Komang (2021) “Pengaruh Media Promosi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian- Denpasar, 10 Desember 2021
- Lokesh, Rakesh (2021) “*Influence Of Social Media Advertisements On Consume’s Buying Behaviour: Empirical Evidences From India*” <https://ssrn.com/abstract=4093828>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran era tradisional Sampai era Modernisasi global* (Cet. 1). Bandung : Alfabeta, 2017.
- Mahmudah, R. A., & Sutrisna, E. (2018). Pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada KFC Metropolitan City Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017*.

- Marini, R (2019) “Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Prestasi Belajar Peserta didik di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah (Doctoral Dissertastion, UIN Raden Intan Lampung)
- Marpaung, I., & Lubis, F. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1477–1491.
- Mehta, Kulkarni (2020) “*Impact of Personalized Social Media Advertisements on Consumer Purchase Intention*” <https://doi.org/10.35219/eai15840409101>.
- Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097–1103.
- Muntaz, Z. S., & Saino. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 282–291. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9716/1330>
- Murjiati, W. (2021). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Jurnal Manajemen*. https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance
- Nanda Bella Fidanty (2016) “ Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Tokko Online”. *Management Analysis Journal*, 390.
- Nasution, M. K. (2017). Penggunaan Metode Pembelajaran Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Sekolah Tinggi Agama Islam Swasta Lantaboer Jakarta. Corresspondence: Mardiah Kalsum Nasution, Sekolah Tinggi Agama Islam Swasta Lantaboer Jakarta. E-mail. *Jurnal Ilmiah Bidang Pendidikan*, 11(1).
- Novan (2023) “Minat Beli pada Live Shopping TikTok berdasarkan Sales Promotion dan Influencer Credibility” *Jurnal Esensi Infokom* Vol 7 No. 1 Mei 2023
- Nurfebiaraning, S. (2017). “*Manajemen Periklanan*”. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Philip Kotler, K. L (2016) “*Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Erlangga.

- Reena, M., & Udit, K. (2020). Impact of Personalized Social Media Advertisements on Consumer Purchase Intention. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati. Fascicle I. Economics and Applied Informatics*, 26(2), 15–24. <https://doi.org/10.35219/eai15840409101>
- Qadaraski, Budi, M Khoirul (2023) “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Minat Beli di TikTok Shop” e- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 12 No.02 ISSN: 2302-7061
- Riska, Marini (2019) “Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Prestasi Belajar Peserta didik di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah (Doctoral Dissertastion, UIN Raden Intan Lampung)
- Shafira, M. M., & Watie, E. D. S. (2022). Pemanfaatan TikTok Sebagai Komunikasi Pemasaran Kepada Online Shop Hello Cleine. *Jurnal Pemasaran*.
- Saragih, Hoga dan Ramadhany, Rizky (2012) “Pengaruh Intensi Pelanggan dalam berbelanja online Kembali melalui media teknologi informasi forum jual beli (FJB) Kaskus. Universitas Bakrie, Jakarta.
- Schwedel, H. (2018, September 4). A Guide to TikTok for Anyone Who Isn’t a Teen. Slate. <https://slate.com/technology/2018/09/TikTok-app-musically-guide.html>
- Shabur Maulana Miftah, dkk., 2015. Implementasi E-commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No. 1.
- Shah, et al (2012), “Factors Affecting Pakistan’s University Students purchase intention towards foreign apparel brands”. *Journal of Management vol 17, 2012,1 pp. 1-14*
- Sholichah, A. A., & Islam, M. A. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Gambar Bentuk Berbasis Tiktok Di SMP Aritama Sidoharjo. In *Jurnal Seni Rupa* (Vol. 10, Issue 5).
- Siti, Kamilah (2023) “Pengaruh Iklan TikTok, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* Vol.5 No.1 Hal 63-68 e-ISSN: 2714-8491
- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015), *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publishing*, Yogyakarta.

- Sook, Cheng, Kah, Jia, Yoke (2020) “*Effects of Social Media Advertising on Consumers’Online Purchase Intentions*” *Global Business and Management Research: An International Journal* Vol. 12, No. 1 (2020)
- Sudaryono (2016) “Manajemen pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran : teori & implementasi* (S. FL, Ed.; Edition 1). Yogyakarta : Penerbit Andi, 2016.
- Sutrisno, H. (2022). “Perilaku Konsumtif Masyarakat Petani dalam Persaingan Gaya Hidup di Desa Sumber Jambe Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. *Skripsi*.
- Kompas.com (2023) TikTok Shop Resmi Tutup..
<https://money.kompas.com/read/2023/10/04/172500426/tiktok-shop-resmi-tutup>
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Tusan, A. V., & Amron. (2022). Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Tiktok Shop”. *Jurnal Ekonomi*.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Muhtadi’in.
- Yusriyah, A. F., Yusuf, D. V., Arisdianta, I. K., Dewi Ni Kadek Putri Cahayti, Kurniawan, S. M., & Tarigan, S. A. (2023). Belajar Dari Tiktok Shop: The Iceberg. *Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Udayana*.
- Zayyan, Saino (2021) “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan” *Junrnal Manajemen*

