

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Aditama A, R. (2020). *pengantar manajemen: teori dan aplikasi*.

M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.

Rijal, S., Makassar, U. N., Wijayanti, T. C., Gresik, U. M., Ramadhi, R., & Adzkia, U. (2022). *Manajemen pemasaran* (Issue December).

Surjono, W., Jusuf, E., & Suryana, P. (2023). *Strategi untuk meraih kepuasan dan loyalitas pelanggan* (R. Rudolf (ed.)). Lekkas.

jurnal:

Anugrah, S. N., Hadfizi, A. H., & Wibowo, Y. G. (2023). *PENGARUH PROMOSI PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK TIKTOK DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2(2), 173–182.

Asvin, I., Rusyanti, R. U., Sari, S. M., Asih, D. W., Safitri, E., & Manajemen, J. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Pvn Pada Aplikasi Tik Tok. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper STIE Widya Wiwaha*, 1, 60–79.

Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Tiktok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2).

<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>

Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.

Chiu, C.-M., & Wang, E. T. G. (2020). The Influence of Social Media Marketing on Online Buying Behavior. *Journal of Interactive Marketing*.

Dewi, tasya permata, & Ekayanthi, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Tik Tok Terhadap Brand Image Followers Wardah Beauty. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 369–374. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.142>

Dewi, A. P., Hariniati, W., Djohari, N. S., & Mintawati, H. (2023). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk di Tiktok Shop. *Journal of Managerial, Leadership, Supervision and Human Resources*, 1(2), 54–65.

Fitriani, R. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce di Era Digital". *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.

Fitriani, R., Ikah, I., & Amin, M. R. F. (2023). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial Tiktok TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Era Digital. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 240.

<https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22429>

Hidayah, N. (2019). *CADRE ' S EMPOWERMENT AND COUNSELING IN INCREASING SOCIETY ' S BEHAVIOR ABOUT CONTENT AND EFFECT OF*. 87–94.

Iksyanti, D. Z., Hidayat, A. M., & Pembelian, K. (1996). WOM: #1: Still Number One. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37(3), 10.
<https://doi.org/10.1177/001088049603700304>

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

Kamal, F. (2019). PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI PT PRIMISSIMA (Persero). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 12(1), 31–42.

Kumar, A., & Sharma, R. (2022). *Social Media Influence on Online Shopping Behavior*.

Mahzalena, R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel PT. Dunia Barusa Meulaboh. *Regress Journal of Economics and Management*, 53–60.

Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 3.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ranjan, K. R., & Read, S. (2020). *The Influence of Social Media on Consumers' Purchase Decisions: A Literature Review.* *Marketing Intelligence & Planning*.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 272–278.
- Siagian, M., Khoiri, M., & Hikmah. (2022). Pengantar Manajemen. *UPB Press*, 410.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syarif, S., & Hiya, N. (2021). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 40–51.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Wahyu, S., N, R., & Alfian, P. B. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian pada Social

Commerce Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Angkatan 2019-2020). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12, 1–11.
<https://doi.org/10.22441/jfm.v4i1.23161>

Yasin, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Tiktok @Erigo.store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Commercium*, 05, 20–30.

Yuliara, I. M. (2019). Regresi Linier Sederhana dan Berganda. In *Jurusan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam - Universitas Udayana* (Issue July). <http://www.mendeley.com/research/regresi-linier-berganda-1/>

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2005). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee Kota Bengkulu. *Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741*, 9(1), 7–12.

Yusmanizar, Thahir, Unde, A., & Muhammad Yunus. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada. *Jurnalisa*, 06(November), 200–215. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>