

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, F., & Hudrasyah, H. (2022). Factors Influencing Product Purchase Intention in TikTok Live Streaming Shopping. *International Journal of Accounting*, 7(43), 571-586.
- Araujo, C. J., Perater, K. A., Quicho, A. M., & Etrata, A. (2022). Influence of tiktok video advertisements on generation z's behavior and purchase intention. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(2), 140-152.
- Arista, E. & Astuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen: *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*. 13(1), 39.
- Chen, Y., & Chang, S. (2021). The Effect of Influencer Influence on Recommendation Intention: Focused on TikTok Live Commerce in China. *International Journal of Advanced Science and Convergence*, 3(3), 15-26
- Creswell, J. W. & J. David, C. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. USA : Sage Publications, Inc.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Dirir, S. A. (2022). Investigating the impact of TikTok on the generation Z buying behavior and their insight of selecting brands. *Journal of the Market Research Society*. Feb, 1-15.
- Ekawarti, Y., & Endarwati, E. T. (2022). Interpretasi Ekosistem Ekonomi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Perempuan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 1123-1136.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2017). Kajian kendala implementasi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 8(2), 127-136.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala. *Metodologi Penelitian*, 2(2-3).

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *User of the World, Unite*, 68-69.
- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Kotler, P., & Keller, L. M. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Kusumawati, A. (2021). "PENGARUH IMPORTANCE LOCATION, STORE ATMOSPHERE, DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI DISTRO DIVINE CLOTH PONOROGO" (Studi Kasus pada Pelanggan Distro Divine Cloth Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1).
- Luisandrith, D. R., & Yanuartuti, S. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi Tik Tok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175-180.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Purnama, I. (2020). Pengaruh promosi online dan endorsmen selebgram terhadap minat beli konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(02), 14-20.
- Ratu, E. P., Tulung, J. E., & Rumokoy, L. J. (2022). The Impact of Digital Marketing, Sales Promotion, and Electronic Word of Mouth on Customer Purchase Intention at Tiktok Shop. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 149-158
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Perilaku*. Editorial Pearson.
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba Empat, 97.

- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55-61.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Suhaemin, S., & Arikunto, S. (2013). Manajemen perpustakaan di madrasah aliyah negeri Yogyakarta. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 1(2), 252-268.
- Susilowati, S., Sutrisno, J., Masykuri, M., & Maridi, M. (2018, December). Dynamics and factors that affects DO-BOD concentrations of Madiun River. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 2049, No. 1). AIP Publishing.
- Yusup, M., & SUTOPO, S. (2011). *Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).