

Daftar Pustaka

- Abdulhakim, A. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok. *Doctoral Dissertation, Faculty Of Social And Political Science*.
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi, Volume 14*.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Sosial : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/Sos.V20i2.42>
- Anang, M. F. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14–25. <https://doi.org/10.61567/Jmmib.V2i1.32>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *In Conference On Business, Social Sciences And Innovation Technology*, 1(1), 565–572.
- Christy, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Peran Influencer, Dan Fitur Live Streaming Sebagai Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Aplikasi Tiktok. *Bachelor Thesis, Universitas Buddhi Dharma*.
- Dewi, N. D., & Nina. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Onlinemenggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *Jurnal Ekomaks : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 8(1), 25–32. <https://doi.org/10.33319/Jeko.V8i1.29>
- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560. <https://doi.org/10.29210/020211245>
- Fernando, A. W., Riorini, S. V., Widyanto, M. A., & Lathfi, M. (2023). Pengaruh Influencer Markeeting Dan Strategi Pemasaran Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30438–30445.

- Fortuna, D. (2022). Pengaruh Discount, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Luwes Supermarket Ngawi. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*.
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, Vol 04 No.*
- Hair. Et Al. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Annabel Ainscow.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 5(4), 465–480. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.478>
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Kotler, P. And G. Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edii 13). Erlangga.
- Kotler, P Dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga.
- Kurniadi, R., & Wibisono, A. (2024). Dampak Kualitas Produk Serta Influencer Marketing Dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(1), 201–206.
- Lustono, & Cahyani, F. L. (2023). Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Emba Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Maharani, V. A., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Influencer, Brand Image, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Skintific. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1899–1914. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.6190>
- Moumtaza, F. Z. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Muham. (2019). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis, Vol. 3 No.*
- Musfira, L. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tiktok). *Universitas Islam Indonesia*.

- Naufal, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 13, N.
- Nurmalasari, & Latifah. (2023). Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Tiktok Shop. *Jurnal Perspektif*, 21(1), 45–52. <https://doi.org/10.31294/Jp.V21i1.15285>
- Prasetya, A. Y., Astanto, A. D., & Ristianawati, Y. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencermarketingdi Socialmedia, Online Advertisingdan Contentmarketingterhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (Jimat)*, 12(1), 138–151.
- Putri, P. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 5no 1.
- Rahayu, T., Basalamah, R., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(22).
- Rambing, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2023). Analisis Brand Image, Brand Trust Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Rosiana, M. (2021). Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Generasi Milenial Pada Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V4i4.200>
- Solomon, . M R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being* (Edition 13). Boston, Ma : Person.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Andi Offset.
- Virarian, A., Putra, S. S., & Digdowniseiso, K. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing, Influencer Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Dki Jakarta. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(6), 8953–8960.

- Wardoyo, W. Andini. (2019). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing, Vol 19, No.*
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2021). Pengaruh Influencer Dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (Sinamu), 2*. <https://doi.org/10.31000/Sinamu.V2i0.3464>
- Wongkar, K. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal Emba Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research On The Causes Of The “Tik Tok” App Becoming Popular And The Existing Problems. *Journal Of Advanced Management Science*.