

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Hansel, and Saortua Marbun. 2020. "Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Review Produk Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mephoto_Project." *Journal Research Management (JARMA)* Vol. 02 No(1):10.
- Annur, K. P. 2020. "Pengaruh Content Marketig Di Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Generasi Millennial (Studi Kasus Pada e-CommerceShopee)."
- Arikunto, S. 2013. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Revisi." Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*." Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisqa, A., Yusa, D.V. 2019 "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Tapis di Rahayu Tapis Lampung.". *Jurnal Bisnis Darmajaya Vol.05 No(01)*
- Bening, Banyu. 2019. "Pengaruh Content Marketing Pada Viral Marketing Dan Customer Engagement Pengguna Tokopedia Di Yogyakarta."
- Cahyani, L., Hidayat, A.M., Lutfie, H. 2018. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran via Tv Commerce Dan Iklan Radio Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Olx
-----." *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Via TV Commerce Dan Iklan Radio Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di OLX* 3:160–66.
- Cahyaningtyas, Riska, and Tri Indra Wijaksana. 2021. "Pengaruh Review Produk Dan Konten Marketing Pada TikTok Terhadap Keputusan Pembelian ScarlettWhitening by Felicya Angelista." 8(5):6488–98.
- Meidasari, E. 2017. "Pengaruh Promsi dan Harga Terhadap Keputtusan PembelianKaos Tapis di Rahayu Tapis Lampung"

- Herlia., & Febrianti, A..A, 2017. "Dampak Positif Keputusan Pembelian Pada Cafe Wiesman Pahoman Bandar Lampung."
- Ikhsan, R., Lupiyoadi, R. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kartajaya, H., Setiawan, I and Kotler, P. 2017. "Moving From Traditional to Digital."
- Kotler, P., Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. edited by B. Sabran. Jakarta.
- Shafa, P.M., & Hariyanto, J. 2020. "The Influence Of Prices, Product, Reviews, And Payment Methods On Purchase Decisions In Online Shopping (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi) Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia."
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto, P. D. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. edited by A. Cristian. Jakarta: CV Andi Offset.
- Syauki, Wifka Rahma, Diyah Ayu, and Amalia Avina. 2020. "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran." 4(2):42–60.
- Vicnovie, Iona. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Content Marketing Dan Content Riview Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Followers Akun @Msglowbeauty)." IV(Ii).
- Yusuf, R., Wibowo, Adi, L., Yusuf, R. 2020. "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan." 1(2):506–15. doi: 10.38035/JMPIS.
- Yusa, V. De. (2015)." Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan pembelian ponsel blackberry di Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 9(2), 97–111.

Sumber Internet :

<https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun/>. Diakses pada tanggal 02 Februari 2022

<https://compas.co.id/article/masker-wajah-terlaris/>. Diakses pada tanggal 02 Februari 2022

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia/>. Diakses pada tanggal 26 Januari 2022

<https://jooboel.com/tiktok-dan-kehebohannya-di-seluruh-dunia/>. Diakses pada tanggal 26 Januari 2022

<https://kemenperin.go.id/artikel/22137/Dampak-Pandemi,-Transaksi-Belanja-Online-Produk-Kosmetik-Naik-80/>. Diakses pada tanggal 11 Februari 2022

<https://m.bisnis.com/amp/read/20211026/266/1458268/tiktok-catat-konten-kecantikan-naik-4-kali-lipat-makanan-naik-5-kali/>. Diakses pada tanggal 08 Februari 2022

<https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all/>. Diakses pada tanggal 03 Februari 2022

