



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Farhan Hasrul, Suharyati, Rosali Sembiring. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
- Anisa Naufalia. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk “Boci Baso Aci” (Studi Kasus Pada Pt. Aa Mapan Perkasa Tahun 2020). Jakarta: Universitas Telkom.
- Ayo Belajar Bareng. (2021). Tiktok Shop Seller Center Mudahny Punya Toko Tiktok. Diakses Dari <https://Ayobelajarbareng.Com/Tiktok-Shop-Seller-Center-Mudahny-Punya-Toko-Tiktok/>, Pada 03 Agustus 2022, Pukul 14:00 WIB.
- Bisnika. (2020).Viral tiktok Shop Indonesia Ini Keuntungannya. Diakses dari <https://bisnika.hops.id/News/Pr-3072148264/Viral-Tiktok-Shop-Di-Indonesia-Ini-Keuntungannya>, Pada 02 Agustus 2022, Pukul 14:00 WIB.
- Cincin Rohmatulloh, Devilia Sari. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. Volume 8, Nomor 3.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela S. Schlindler (2017), Metode Penelitian Bisnis, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela S. Schlindler (2017), Metode Penelitian Bisnis, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Databooks. (2021). Tiktok, Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh Pada 2021. Diakses Dari Tiktok, Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh Pada 2021 | Databoks (Katadata.Co.Id). Pada 01 Agustus 2022, Pukul 14:00 WIB
- Dea Aida Salsabila, Nurhajati Nurhajati, Muhammad Ridwan Basalamah. (2021). Pengaruh E-Wom, Online Review, Harga Terhadap Minat Beli User Pada App Tiktok Studi Pada Mahasiswa FEB Unisma. Volume 11, Nomor 04.
- Eka Syarifah, Karyaningsih. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada. Volume 2, Nomor 2, ISSN 222-231.
- Fauziah, Pertiwi, W., Jasiyah, R., Sapinah, Alzah, S. F., Arifin, Z., . . . Ansari, H. (2021). Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis). Bandung: Media Sains Indonesia.



Feri Kurniawan, Syahrul Effendi. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Iklan Media Sosial Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran). Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Ghozali, I. (2018), Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ginee. (2021). Pengguna Tiktok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggeleгар!. Diakses Dari <https://Ginee.Com/Id/Insights/Pengguna-Tiktok/>. Pada 02 Agustus 2022, Pukul 13:00 WIB.

Hafipah, Wardhana, A., Rochmi, A., Suriadi, Nurlinda, R. A., Filatrovi, E. W., . . . Setiawati, D. (2022). Manajemen Pemasaran (Membangun Loyalitas Pelanggan). Bandung: Media Sains Indonesia.

Halila Titin Hariyanto, Lantip Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Star Seller Terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Shopee. Jurnal Teknis Its. Volume 9, Nomor 2.

Irma Mardian. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. Volume 5, Nomor 1.

Irnawati, J., Agustina, P. A. A., Sembiring, L. D., Cahyaningtyas, F., Amar, S. S., Andarsari, P. R., ... & Alzah, S. F. (2021). Akuntansi Manajemen. Media Sains Indonesia.

Kontan.Co.Id. (2021). Jangan Bingung Ini Beda Generasi Millennial Generasi X Y Alpha Dan Aby Boomers. Diakses Dari Jangan Bingung, Ini Beda Generasi Millennial, Generasi X, Y, Alpha, Dan Baby Boomers (Kontan.Co.Id) , Pada 02 Agustus 2022, Pukul 16:00 WIB

Mission Statement, (2016). Tiktok Mission Statement. Diakses dari <https://Journals.Umkt.Ac.Id/Index.Php/Bsr/Article/View/1959/854>, Pukul 01 Agustus 2022, pukul 13:00 WIB

Muhammad Naufal Junizar. (2019). Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung). Bandung: UNIKOM



Nora Fitri Nainggolan. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. Volume 2, Nomor 2.

Nuraini Daulay. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). Medan: Sumatera Utara.

Rahmayulis, Dahliana, Kamaneer, Irda. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Iklan Terhadap Minat Belanja Online Pada Bukalapak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta). Diakses Dari [Http://Repo.Bunghatta.Ac.Id/1057/](http://Repo.Bunghatta.Ac.Id/1057/). Pada 01 Agustus 2022, Pukul 15:00 WIB.

Rizka Nurbaeti .(2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Taman Wisata “Genilangit” Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur). Jawa Timur: Universitas Diponegoro.

The For Id. (2019). The Rise Of Tiktok : Masa Keemasan Tiktok Selama Masa Pandemi. Diakses Dari [Https://Www.Techfor.Id/The-Rise-Of-Tiktok-Masa-Keemasan-Tiktok- Selama-Masa-Pandemi/](https://Www.Techfor.Id/The-Rise-Of-Tiktok-Masa-Keemasan-Tiktok-Selama-Masa-Pandemi/) Pada 01 Agustus 2022. Pukul 15:00 WIB

Uma, Sekaran Dan Roger Bougie. (2017). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Edisi 6, Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.

Umar, H. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan. PT Gramedia Pustaka Utama

Wahyu Murjiati. (2021) Pengaruh Iklan Dan Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. Palopo: IAIN.

Yedija Harol Yura. (2010). Keputusan Konsumen Menggunakan Fitur Go-Ride Aplikasi Go-Jek Di Kalangan Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. Jurnal Ilmu Administrasi. Volume 2, Nomor 1. E-Issn. 2723-0112.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.