



DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Clark, L., Foster, L., Bryman, A., & Sloan, L. (2021). *Bryman's Social Research Methods*. Oxford University Press.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, Santosa, A. D., & Herdiansyah, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. Get Press Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greener, S., & Martelli, J. (2019). *An Introduction to Business Research Methods* (3rd ed.). Bookboon.com.
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Idrus, I. K. (2022). *Galeri Kata: Dinamika Belajar Merdeka, Merdeka Belajar*. CV. Pustaka El Queena.
- Karr, D. (2023). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2020). *Global Marketing, Global Edition* (10th ed.). Pearson.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing, Global Edition* (19th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L., & Chernev A. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mahtumah, B. (2021). *Administrasi Transaksi SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muflih, A. A., Ghazali, H. A., & Sari, M. (2021). *Bisnis Ala Mahasiswa*. Zahira Media Publisher.
- Mulawarman. (2020). *Problematika Penggunaan Internet: Konsep, Dampak, dan Strategi Penanganannya Edisi Pertama*. Prenada Media.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior, Global Edition* (12th ed.). Pearson Education.
- Sheskin, D. J. (2020). *Handbook of Parametric and Nonparametric Statistical Procedures, Fifth Edition*. CRC Press.
- Sitorus, S. a., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Kurniawan, A. P., Wardhana, A., Nugraha, K. S., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Stewart, P. (2018). *The Live-Streaming Handbook: How to Create Live Video for Social Media on Your Phone and Desktop* (1st ed.). Taylor & Francis Group.
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Kedua* (2nd ed., Vol. 4). Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono. (2021). *Statistik II: Statistik Inferensial untuk Penelitian*. Penerbit Andi.

JURNAL:

- Agustini, A., & Sampoerno. (2023, Juli). *Teknik Komunikasi Persuasif Host Live Streaming Terhadap Penonton Di Aplikasi Wish Live*. Impresi Indonesia, 2(7).
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantara, P. D. (2021). *Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia*. 17(1), 136-143.
- Faulina, A., Dewi, R. S., & Arif, E. (2021, Juni). *Fenomena Online Shopping sebagai Gaya Hidup dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Masa Pandemi Covid 19*. Pengembangan Masyarakat Islam, 7(1), 46-59.
- Fauziah. (2020, Maret). *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan*. Jurnal Abiwara, 1(2), 45-53.



- Granata, G., & Scozzese, G. (2019, Januari). *The Actions of e-Branding and Content Marketing to Improve Consumer Relationships*. European Scientific, 15(1), 58-72. 10.19044/esj.2019.v15n1p58
- Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). *Minat Beli Konsumen: Dampak Green Brand dan Green Knowledge pada Perusahaan Nestle Indonesia*. SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS, 1(III), 39-50.
- Irianto, D. R. (2021), Skripsi: *Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak*.
- Karinka, E., & Firdausy, C. M. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Konsumen Melalui Shopee Di Universitas Tarumanagara*. Manajerial dan Kewirausahaan, 1(4), 667-676.
- Khairul, D., Yulianti, L. N., & Hasanah, N. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce melalui Brand Image dan Relationship Marketing*.
- Kristofer. (2023), Skripsi: *Pengaruh Content Marketing Melalui Tiktok Terhadap Brand Image Disney Plus Hotstar di Jakarta Utara*.
- Lisnawati, Wibowo, L. A., & Suhedro, D. F. (2021). The Influence of Brand Image Towards the Purchase Intention on Family Car. *Advances in Economics, Business and Management Research (Atlantis Press)*, 187, 501-506.
- Mumtaz, Z., & Saino. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan*. 13(2), 282-291.
- Novyarni, N., Aprileny, I., Anhar, M., Sumito, & Maserih. (2022). *Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Siswa di Era Digitalisasi*, 2(1), 57.
- Nurdian, G. (2022, April 6). *Data Statistik TikTok 2022*. Graha Nurdian. Retrieved October 9, 2023, from <https://grahanurdian.com/statistik-tiktok-2022/#1->
- Presseau, J., McCleary, N., Lorencatto, F., Patey, A. M., Grimshaw, J., & Francis, J. (2019). Action, actor, context, target, time (AACTT): a framework for specifying behaviour. *Implementation Science*, 14(102), 1-13.
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningsih, H. D. (2021). *Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion*. Riset Manajemen dan Bisnis.
- Rahmatillah, F., & Saefuloh, D. (2022, Juli 13-14). Analisis Pengaruh Konten Pemasaran TikTok terhadap Niat Beli: Studi Kasus Pada Produk UMKM Makanan. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1099-1104.
- Rahmawati, F., & Heriyanto, Y. (2021). Pengaruh Brand Image dan Produk Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Workshop From Home di Top Coach Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(5), 432-443.
- Ramadhan, D. F., Rosa, A., Aprilianti, A., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Content Marketing & Terhadap Purchase Intention Pelanggan Shopee Di Kabupaten Garut. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 2(2), 231-240.
- Riley, D., Charlton, N., & Wason, H. (2015). . The Impact of Brand Image Fit on Attitude Towards a Brand Alliance. *Management & Marketing: Challenges for The Knowledge Society*,. 10(4), 270-283.
- Sari, S. P. (2022). *Latar Belakang Dan Dampak Online Shop Sebagai Cara Berbelanja Dan Berwirausaha*.
- Sholichah, A. A., & Islam, M. A. (2022). *Pengembangan Media Pembelajaran Gambar Bentuk Berbasis TikTok Di SMP Arditama Sidoarjo*. 10(5), 53-66.
- Suarna, I. F. (2022). *Purchase Decision Pada Live Streaming Shopping Pengguna Media Sosial Tiktok di Bandung*. 16(2), 138-152.
- Trivedi, T. M. (2022, April-June). *Impact Of Digital Content Marketing On Purchase Intentions For Online Shopping Post Covid-19 Pandemic*. International Journal of Management, Public Policy and Research, 1(2), 24-33.
- Wang, I., Shahzad, F., Ahmad, Z., Abdullah, M., & Hassan, N. M. (2022). *Trust and Consumers' Purchase Intention in a Social Commerce Platform: A Meta-Analytic Approach*. 69.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Yanto, Buulolo, M., & Susanto, D. (2023, Maret-April). Pengaruh Era Digital 4.0, *Pencarian Produk terhadap Minat Pembelian Produk Melalui Online*. Journal on Education, 5(3), 10216-10222.

Zahra, D. C., Kadunci, & Rosalina, E. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Content Marketing TikTok @Azarinecosmetic terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Azarine di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Followers Tik Tok @Azarinecosmetic)*. Ekonomi dan Bisnis, 1-11.

Zanlex, E. (2023), Skripsi: *Pengaruh Dimensi Pemasaran Konten Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Citra Merek Tokopedia Di Jakarta Utara*.

WEBSITE:

Apa Itu TikTok Shop? Begini Cara Menggunakannya Halaman all. (2021, September 19). Kompas.com. Retrieved September 7, 2023, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/19/215103265/apa-itu-tiktok-shop-begini-cara-menggunakannya?page=all>

Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia. (2023, June 20). GoodStats Data. Retrieved September 7, 2023, from <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021, November 2). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. Retrieved October 11, 2023, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>

Kkuljaem Korean. (n.d.). 3 Kkuljaem Korean - Les Bahasa Korea No.1. Retrieved September 14, 2023, from <https://kkuljaemkorean.com/>

Nurdian, G. (2022, April 6). *Data Statistik TikTok 2022*. Graha Nurdian. Retrieved October 9, 2023, from <https://grahanurdian.com/statistik-tiktok-2022/#1->

Santika, E. F. (2023, September 27). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* Databoks. Retrieved October 9, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>

10 Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada 2023. (2023, April 5). GoodStats Data. Retrieved September 7, 2023, from <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/10-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2023-MosyK>

TikTok Shop Bidik Jadi Pemain Terdepan Bisnis E-Commerce di Indonesia - E-commerce Katadata.co.id. (2023, May 16). Katadata. Retrieved September 8, 2023, from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/64647c96d500f/tiktok-shop-bidik-jadi-pemain-terdepan-bisnis-e-commerce-di-indonesia>

TikTok Shop Dilarang, Zulhas Imbau Penjual 'Live' Pindah ke E-Commerce. (2023, September 27). CNN Indonesia. Retrieved September 29, 2023, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230927180241-92-1004566/tiktok-shop-dilarang-zulhas-imbau-penjual-live-pindah-ke-e-commerce>

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.