

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif. Nucl. Phys.* Vol. 13. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Aryatilandi, Seira, Asep Muhammad Ramdan, and Erry Sunarya. "Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi." *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 3, no. 1 (2020): 59.
- Cahyono, Firman Dwi, Andriani Kusumawati, and Srikandi Kumadji. "Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (EWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers Akun Instagram @saboten\_shokudo)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 37, no. 1 (2016): 149.
- Datya Iefan, Aulia, and Wayan Dewi Asmara Weda. "Analisis E-WOM (Electronic Word of Mouth) Bagi Konsumen Dalam Pembelian Notebook Di Situs Belanja Online." *jurnal Teknologi Informasi-Aiti* 14, no. 1 (2017): 61.
- Daud, Anshar. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen* 13, no. 4 (2022): 476.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. "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, no. 1 (2021): 67.
- Dewi, Nancy Silviana, and Ida Bagus Sudiksa. "Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 6 (2019): 3787.
- Ekawati, M. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Account Twitter @WRPdiet)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 14, no. 2 (2014): 1.
- Erwana. "Social Commerce: Trend Belanja Online Di Media Social." *DealPOS Blog*.
- Fadhilah, and Galih Ginanjar Saputra. "Pengaruh Content Marketing Dan E-WOM Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z." *INOVASI* 17, no. 3 (2021): 506.
- Ferdiana Fasha, Anisha, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari.

- “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 32.
- Fitria, Lailatul. “Dampak E-Commerce TikTok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah 2018 IAIN Kediri.” IAIN Kediri, 2022.
- Fitriani, Laili. “Penerapan Pemasaran 4.0 Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Mebel UD Maju Mapan Desa Kayunan Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri).” IAIN Kediri, 2021.
- Haryoko, Sapto, Bahartiar, and Fajar Arwadi. *Analisa Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik Dan Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020.
- Hidayatulloh, Amir, Faishal Prahatma Ganinda, Agung Dwi Nugroho, Program Studi Akuntansi, and Universitas Ahmad Dahlan. “Faktor Yang Mendorong Niat Untuk Social Commerce Di Indonesia Factors That Drive Intention for Social Commerce in Indonesia.” *Inovasi* 16, no. 1 (2020): 91.
- Lomi, Adrian Gae, Juita L.D Bessie, and Abas Kasim. “Pengaruh EWOM (Electronic Word of Mouth) Pada Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tebing Bar & Cafe).” *Journal of Management (SME's)* 2, no. 1 (2016): 40–41.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Naurah, Nada. “Medsos Jadi Sumber Informasi Masyarakat Indonesia Terbesar 2022.” *GoodStats*.
- Oktriwina, Alifia Seftin. “TikTok Shop: Apa Itu, Cara Pakai, Tips Jualan Dan Cara Belanja.” *Glints*.
- Parangu, Kaukabilla Alya, and Sulistyowati Sulistyowati. “Instagram as Media to Enhance Students Writing Skill Creativity in State Islamic Institute of Ponorogo.” *Aphorisme: Journal of Arabic Language, Literature, and Education* 1, no. 2 (July 22, 2020): 105–120. <https://doi.org/10.37680/aphorisme.v1i2.451>.
- Pratama, Kevin Risky. “Tiktok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga Pada 2022.” *Kompas.Com*.
- Purbhastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret.” *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 1 (2021): 8.

- Raharja, Algonz D.B. “Apa Itu TikTok Shop? Ini Informasi Terlengkap Beserta Cara Optimasi Dan Penggunaannya!” *EKRUT Media*.
- Ridwan, Puja Pratama. “Serba-Serbi Perkembangan TikTok.” *GoodStats*.
- Santoso, Hafiizh Prita. “Strategi Promosi Word of Mouth Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Usaha Bakpia Latief Kota Kediri).” IAIN Kediri, 2018.
- Saputra, Irfan Adi. “45% Masyarakat Indonesia Doyan Belanja Di TikTok Shop.” *KumparanTech*.
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, and Jamaluddin Husein. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Bukalapak.Com.” *Jurnal manajemen magister* 3, no. 1 (2017): 100.
- Sulistyowati. “Rancang Bangun Dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam.” *ISTITHMAR* 1, no. 2 (2017): 149. <https://doi.org/10.30762/itr.v1i2.946>.
- Sulistyowati, and Alvy Zainuna. “Hedonis Lifestyle on Impulse Buying Behavior Monzer Kahf Islamic Consumption Perspective.” *MEC-J (Management and Economics Journal)* 7, no. 1 (April 26, 2023): 113–126. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v7i1.19779>.
- Suprihati, and Wikan Budi Utami. “Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo.” *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta* 13, no. 01 (2015): 107.
- Swastha, and Handoko. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty, 2010.
- Zikmun, Babin. *Riset Pemasaran*. 10th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2011.