

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. S., dan Hapzi Ali. (2025). "Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran: Analisis produk, tempat dan promosi (Literature Review Manajemen Strategik)." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital* 3, no. 2: 136–48.
- Alifia, Okta Seftin. (2023). "TikTok Shop: Ini Fitur dan Cara Memanfaatkannya." Diakses 14 Maret 2025. <https://glints.com/id/lowongan/tiktok-shop-adalah/#.YcKkTWjMLIU>.
- Amelia, Maidina, Aza El Munadiyan, dan Rina Fatimah. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Aplikasi Tiktok Shop Studi Kasus Mahasiswa Stim Budi Bakti." *JIMAPAS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran* 2, no. 1 (1 Mei 2024): 11–17.
- Amelia Yesidora. "Riset: TikTok Shop dan Shopee Kuasai Pasar Gen Z," 25 September 2024.
- Andon, N. S., & Syed Annuar, S. N. (2023). The Adaptation of Social Media Marketing Activities in S-Commerce: TikTok Shop. *Information Management and Business Review*. [https://doi.org/10.22610/imbr.v15i1\(i\)si.3404](https://doi.org/10.22610/imbr.v15i1(i)si.3404)
- Anggraini Ayu Lusia, Anggreni Yesy Putu Luh Ni, dan I Ketut Sudana. (2024). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok Di Lingkungan Universitas Pgri Mahadewa Indonesia." *Arthaniti Studies* 5, no. 2: h. 51–55.
- Ardinov, Alya Zahra. (2023). "Video Influencer Sebagai Preferensi Konsumsi Kecantikan Pada Generasi Z Di Social Commerce Tiktok." B.S. thesis, *Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/75650>.
- Aripin Ahmad, Dorothy Rouly H.Pandjaitan. (2017). "Metode penelitian untuk bisnis". Bandar Lampung: Aura Publishing.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang" Diakses 6 Februari 2025. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, dan Rohani Fitriyani. (2022). "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, 1: 211–24.

- Darma, Budi. (2021) *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Desanto, Tirza M. J., Silvya L. Mandey, dan Djurwati Soepeno. (2018). “Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Di Kota Manado.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 4.
- Evelina, Nela, Handoyo Djoko Waloejo, dan Sari Listyorini. (2013). “Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus).” *jurnal ilmu administrasi bisnis* 1, no. 1: 203–13.
- Fernando, Salomo, dan Remista Simbolon. (2022). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever.” *Jurnal Ekonomis* 15, no.1c <https://doi.org/10.58303/jeko.v15i1c.2837>.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. Cv. Dotplus Publisher.
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif; dilengkapi analisis regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. CV. Dotplus Publisher.
- Fitri Lestari dan Ridlwan Muttaqin. (2024) “Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pond’s Di Tiktok Shop.” *Prosiding SENAMA* vol. 4. hlm. 97–106 (t.t.).
- Ghozali, Imam. (2016). “Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23,” http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775.
- Hastuti, Maria Agatha Sri Wdyanti, dan Muhammad Anasrulloh. (2020). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 8.
- Ilmiyah, Khafidatul, dan Indra Krishernawan. (2020). “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto.” *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1: 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>.
- Intan Puji Astuti dan Vella Anggresta. (2022) “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan” *Jurnal USAHA*, vol 3: 2.

- Kaplan, Robert S. (2020) . “Using the balanced scorecard for successful health care M&A integration.” *NEJM Catalyst Innovations in Care Delivery* 1, no. 3. <https://catalyst.nejm.org/doi/abs/10.1056/CAT.20.0286>.
- Kevin Lane Keller, Philip Kotler. *Marketing Management* edisi 14. (2021). h.170-175
- Kotler, P., & Keller, KL. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2008).. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Vol. 1. 2.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, dan Torben Hansen. *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed, 2016.
- Kuantitatif, Pendidikan Pendekatan. (2016). “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.” Alfabeta, Bandung.
- Kumba Digidowiseiso, S. M. “Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis.” *Jakarta: Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam terbitan (KDT)*, (2017).
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). “Metode riset untuk bisnis dan ekonomi” Penerbitan, Jakarta : Erlangga.
- Lestari, Fitri, dan Ridlwan Muttaqin. (2024). “Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pond’s Di Tiktok Shop” vol. 4:97-106. <https://prosenama.upnjatim.ac.id/index.php/prosenama/article/view/73>.
- GoodStats Data, “Makin Maju, Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia - GoodStats Data.” Diakses 6 Februari 2025.
- Mahfudhotin, M. (2020) ‘Analisa Pertumbuhan Tenaga kerja Dan Jaringan kantor Terhadap Perkembangan Aset Perbankan syariah’, *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business* (JIEB), 9(1), pp. 1–15. doi:10.15642/elqist.2019.9.1.115.
- Mahfudhotin, M. (2022) *Statistika*. Kediri, Indonesia: IAIN Kediri Press.
- Mahfudhotin, M. (2023) ‘Forecasting plafond dengan time series Pada Kredit Multiguna di Pt. bank Jatim Cabang Rsu dr. Soetomo Surabaya’, *Fraction: Jurnal Teori dan Terapan Matematika*, 3(1), pp. 14–22. doi:10.33019/fraction.v3i1.37.

- Martono, Nanang. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis)*. RajaGrafindo Persada.
- Mas'ari, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, dan Mila Dinda Safira. (2019). "Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau." *Jurnal Teknik Industri* 5, no. 2: 79–86.
- Media Kompas Cyber. "Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya." KOMPAS.com, 15 September 2021.
- Mufarrikoh, Zainatul.(2019). *Statistika pendidikan (Konsep sampling dan uji hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Nugraha, Billy. (2022). "Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik". Pradina Pustaka.
- Nurdin, Ismail, dan Sri Hartati. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Puirih, Kania, Lisbeth Mananeke, dan Victor PK Lengkong. (2020). "Fenomena Keputusan Pembelian Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* vol: 8, no.3.
- Putri, Devi Sutrisno, dan Hermi Yanzi. (2020). "Analisis kepekaan sosial generasi (z) di era digital dalam menyikapi masalah sosial." *Bhineka Tunggal Ika* 7, no. 1: 17–23.
- Rahmadana, Muhammad Fitri. (2021). *Ekonomi Digital*. Nilacakra.
- Riyanto, Andi Dwi. (2020). "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020." *Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*.
- Rohaeni, Heni. (2016). "Peranan promosi melalui personal selling terhadap volume penjualan." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 4, no. 2: 223–31.
- Sachlan, Tetty Wulaningdari, Merna Tumanung, dan Chrisai Marselino Riung. (2025). "Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Rumah Makan Di Kawasan Jalan Boulevard Ii Tuminting Kota Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 13, no. 01: 654–61.

- Saputri, Nur Puput, dan Siska Maya. (2024). “Pengaruh Media Promosi Tiktok Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Di Tiktok Shop.” *Journal of Fundamental Management (JFM)* 4, no. 1: 1–11. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i1.23161>.
- Septyadi, Muhammad Abdul Kohar, Mukhayati Salamah, dan Siti Nujiyatillah. (2022). “Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1: 301–13.
- Siregar, Nelly Sulvianna. (2022). “Faktor penentu minat berwirausaha generasi z (kelahiran tahun 1997-2012) di Kecamatan Padangsidempuan Selatan.” PhD Thesis, IAIN Padangsidempuan. <http://etd.uinsyahada.ac.id/8217/>.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan Ke-19. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tolan, Mita Sari, Frendy AO Pelleng, dan Aneke Y. Punuindoong. (2021). “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado).” *Productivity* 2, no. 5: 360–64.
- Wahyudi, Setyo Tri. (2017). *Statistika ekonomi: Konsep, teori, dan penerapan*. Universitas Brawijaya Press.
- Wijayanto, Muhammad Rizal .(2023). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.