

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan Tiktok Shop Di Surabaya). Jurnal Ilmiah Ekonomika, 7(1).*
- Anwar, M. S. Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop.*
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 784-793.*
- Asbar, M. Pengaruh Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store.*
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Kesadaran Merek Dan Minat Beli Produk Kosmetik Di Indonesia. Jurnal Teknik Its, 10(2), A438-A443.*
- Brand Korek. Si Melalui Tiktok Pada Masa Pandemi Covid-19. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 2, No. 2, Pp. 772-776).*
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). 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(1), 65-71.*
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. Tata Kelola, 7(2), 142-153.*

- Fortunati, L., & Contarello, A. (2002). *Internet-mobile convergence: via similarity or complementarity?*
- Goenawan, M. C. (2022). *Komunikasi Interpersonal Penjual Dengan Pembeli Dalam Membangun Dan Menjaga Citra Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Interpersonal Pada Tiktok Shop Jw. Collections Tahun 2022) (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).*
- Idris, M. A., Mahardhika, G. P., & Suranto, B. (2021). *Perancangan Ui/Ux Aplikasi Perangkat Bergerak Ivent Menggunakan Pendekatan Hcd (Human Centered Design). Automata, 2(1).*
- Hidayah, S. F., & Hidayanti, N. (2022). *Pengaruh Tiktok Shop Sebagai Media Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. Jurnal Mozaik Komunikasi, 3(2)*
- Helles, R. (2013). *Mobile communication and intermediality. Mobile Media & Communication, 1(1), 14-19.*
- Juliana, H. (2023). *Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(6), 1517-1538.*
- Madianou, M., & Miller, D. (2013). *Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. International journal of cultural studies, 16(2), 169-187.*
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). *Pengaruh Media Promosi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Prosiding, 38-54.*
- Mudzakir, S. *Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop.*

- Naufal, N. M., & Rachmawati, I. (2022, August). Strategi Komunikasi Pemasaran.*
- Nuryani, S., Pattiwael, W. P., & Iqbal, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop. Ekonomis: Journal Of Economics And Business, 6(2), 444-451*
- Pusvitasari, Y. R. (2022). Analisis Penggunaan Fitur Tiktok Shop Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Iain Salatiga.*
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. Trans Ekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(5), 131-14*
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 16(2).*
- Sulistiyorini, I. (2023). Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok@ Something Official Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).*
- Tamania, A, F. (2022). Pengambilan Keputusan Remaja Berbelanja Online Shop Di Masa Pandemi : Pilihan atau Keterpaksaan (Studi Pada Siswi SMA Negeri 1 Blambangan Umpu, Kecamatan Blambangan Umpu, Kabupaten Way Kanan)*
- Titasari, S., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (Cod), Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unisma). E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(01).*
- Ulfa, W. S., & Fikriyah, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Tiktok Shop. Jurnal*

Ekonomika Dan Bisnis Islam, 5(2), 106-118

Viranti, D. N. (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan Tiktok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Tiktok: Studi Muslim Generasi Z.

Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). Jurnal EMT KITA, 7(1), 47-61.

