

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlgren, M. (2024). *30+ Statistik Penggunaan, Demografi & Tren TikTok*. Tim WSR.
- Aziz, F. E. (2022). *Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee*. Kabupaten Bandung, Jawa Barat: Jurnal Administrasi Bisnis.
- Bate'e, M. M. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2.
- Dewi, L. K. (2021). *Pengaruh Media Promosi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Denpasar: Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian.
- Fona Irawat, D. J. (2022). *Pengaruh Promosi Produk Barang Fahion Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Psikopedia Vol. 3 E-ISSN2774-6836.
- Nahari, A. Y. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @erigo.store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. Surabaya: Commercium, Volume 05 Nomor 01 Tahun 2021, Halaman 20-30.
- Ngalemisa Br Barus, M. P. (2021). *Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiswa Di Kota Medan*. Medan: Konferensi Nasional Sosial dan Engineering.
- Nurul Qolbi, T. H. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Sanford Di Sinar Mart Batam*. Batam: Jurnal AL-AMAL 2023, Vol. 2, No. 1, Halaman 50-57, E-ISSN: 2964-9900.
- Rizki, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Kota Banda Aceh*. Banda Aceh: Studi di Kecamatan Syiah Kuala.

- Sakinah, S. (2019). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Magelang: Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang.
- Siti Hertiwi K., N. A. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan*. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi | Vol 2.
- Sudarwanto, M. O. (2021). *Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen*. Surabaya: Jurnal Manajemen.
- Wiranata, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Tabanan Pada Masa Pandemi Covid-19*. Journal Research of Management (JARMA).
- Budiaji, Weksi, Dosen Fakultas, Pertanian Universitas, Ageng Tirtayasa, Jl Raya, Jakarta Km, and Pakupatan Serang Banten. 2019. "SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)." *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember 2 (2)*: 125–31. <http://umbidharma.org/jipp>.
- Kurniawati, Dewi. 2013. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa." *Jurnal Simbolika 1 (2)*: 193–98. <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/download/200/162>.
- Muhammad, Mahmuda Mulia. 2022. "Pasar Digital Syariah Dalam Transaksi Bisnis Modern." *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah 20 (1)*: 88–95. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.29686>.
- Sugiyono, (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.