

DAFTAR PUSTAKA

- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.
- Ahmad, A., et al. (2022). Pengembangan fitur TikTok Shop sebagai pasar online. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5 (2), 45-60
- Alkaosar, A., et al. (2023). Afiliasi TikTok sebagai alat promosi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10 (1), 23-35.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Setiawan, I. (2024). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 78-85.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- Kotler, Keller. (2011). *Marketing Management* edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Hilmawati, H. (2024). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk di TikTok Shop. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 9 (2), 34-50.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 15. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku Konsumen*. Edisi 11. Pearson Education.
- Julkarnaen, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mesin PKS (Pengelolaan Kelapa Sawit) Pada PT. Serumpun Indah Lestari Medan.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Andi.
- Anwar, M., & Satrio, R. (2015). Kualitas produk dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7 (4), 55-70.
- Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131-146.
- Siregar, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Minuman Boba (Studi Kasus Konsumen Street Boba Arifin Ahmad Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Susila, R., & Himawan, A. (2019). Peningkatan Keputusan Membeli Kartu Prabayar Indosat Di Kecamatan Mojogedang Melalui Kualitas Produk, Harga, dan Promosi.
- Tjiptono, 2017, Strategi Pemasaran, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2020). Manajemen Pemasaran. Edisi 2. Andi.
- Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Keller. (2017). Marketing Management. New Jersey: Prentice
- Tjiptono, F.(2015). Strategi Pemasaran edisi 4. Yogyakarta; Andi.
- Imaningsih, D., & Rohman, A. (2018). Model kualitas produk, promosi, harga, dan keputusan pembelian. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 11 (1), 40-55.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Marketing management (15th ed.). Pearson education
- Ismanto, R. (2020). Strategi promosi dalam pemasaran digital. Jurnal Pemasaran, 15 (1), 23-37.
- Kuntopati, B. T. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 1134-1149.
- Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Keller. (2017). Marketing Management. New Jersey: Prentice
- Brata, H., et al. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 12 (3), 67-80.
- Sopingi, I., Santoso, R. P., & Haryanti, P. (2023, October). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal. In Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK) (Vol. 7, pp. 85-93).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif,

kualitatif,kombinasi,dan R&D. Alfabeta.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 25 (9th ed.). Universitas Diponegoro.

Sugiyono, P. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); Edisi 2). ALFABETA, cv.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, kualitatif,kombinasi,dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (4th ed.). Alfabeta.

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.

Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.

Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.

W. A. Lukito and D. L. Fahmi “Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa,” *J. Econ. Account.*, vol. 1, no. 2, pp. 90–95, 2020.

Tolan, M. S. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364. Faradiba, F., & Syarifuddin, S. (2021). Pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bisnis*, 6(1), 1-12.