

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyyah, I. dan Rejeki, A. 2022. Pengaruh Brand Image dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5).
- Augustina, Fedianty & Widayati. (2019). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2): 1-20
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Chalisa, Devia. 2021. Skripsi, Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh). Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- 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.
- Harahap, S.S. 2018. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Cetakan Keempat. Belas. Jakarta. Rajawali Pers.
- Liedfray, T et.al. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1-13.
- Nurdian, G. 2022. Data Statistik TikTok 2022. Graha Nurdian.
- Patzer, R. et al. (2019). A Culturally Sensitive Web-Based Intervention to Improve Living Donor Kidney Transplant Among African Americans. *Kidney International Reports*, Vol. 4.
- Rachmawati, Fitria. 2018. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 107-116. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awareness pada e-commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Song, & Liu. (2021). The effect of live streaming shopping on the consumers perceived risk and purchase intention in China. *Informationzentrum Wirtschaft Leibniz Information Center for Economic*

Pusvitasari, Yusticia Ryski (2022) Analisis Penggunaan Fitur TikTok Shop Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Salatiga.

