

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Rajawali Press.
- Agustini, M. P., Komariah, K., & Mulia, F. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Minat Beli Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 3(No 3), hlm. 1601-1610. Diakses melalui <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej> tanggal 17 Oktober 2022.
- Akbar, A. S., Destika, Safitri, N., Khasanah, S., & Alparisin, M. R. (2021). Pengaruh Harga, Minat Beli Dan Minat Beli Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald'S Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol 4(No 2), hlm. 59-68. Diakses melalui https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i2.2491 tanggal 17 September 2022.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, Vol 4(No 2), hlm. 16-31. Diakses melalui <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020> tanggal 05 Oktober 2022.
- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). Impact Of Minat Beli And Omni-Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, Vol 7(No 1), hlm. 64-74. Diakses melalui <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank> tanggal 04 Oktober 2022.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. A. (2022). Pengaruh Minat Beli Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention. *SIBATIK Journal*, Vol 1(No 11), hlm. 2383-2398. Diakses melalui <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK%0A2383> tanggal 02 Oktober 2022.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Minat Beli, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan*

- Bisnis*, Vol. 11(No. 2), hlm. 228-241. Diakses melalui <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v11i2.2237> tanggal 03 November 2022.
- Anjani, S., & Irwansyah. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. *POLYGLOT: JURNAL ILMIAH*, Vol 16(No 2), hlm. 203-229. Diakses melalui <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929> tanggal 17 September 2022.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta :PT Rineka Cipta.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok : Raja Grafindo.
- Aziz, A. (2015). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Cirebon : CV ELSI PRO.
- Bancin, J. B. (2021). *Minat Beli Dan Word Of Mouth*. Surabaya : CV Jakad Media Publishing.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Chaudhry, M. S. (2012). *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*. Jakarta : Kencana.
- Daring, K. (n.d.-a). *Definisi Minat Beli*. Diakses dari kkbi.kemendikbud.go.id tanggal 04 November 2022
- Daring, K. (n.d.-b). *Definisi Minat Beli*. Diakses dari kkbi.kemendikbud.go.id tanggal 04 November 2022
- Daring, K. (n.d.-c). *Definisi Minat Beli*. Diakses dari kkbi.kemendikbud.go.id tanggal 11 November 2022
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor : GUEPEDIA.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., Gebang, A. A., & Editor: (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. S. Tambunan (Ed.)). Bandung : Media Sains Indonesia.
- Demografi Pengguna TikTok Indonesia*. (n.d.). Ginee. Diakses melalui <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> tanggal 27 Desember 2022.

- 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*, Vol 12(No 1), hlm. 65-71. Diakses melalui <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132> tanggal 05 September 2022.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Deepublish.
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor : IPB Press.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya : Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Yogyakarta : CV. Penerbit Qiara Media.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten : Lakeisha.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition*. Yogyakarta : Deepublish.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Monograf Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, Vol 9(No 2), hlm. 100-110. Diakses melalui <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848> tanggal 17 September 2022.
- Heryanto, I., & Triwibowo, T. (2018). *Path Analisis Menggunakan SPSS dan EXCEL Panduan Pengolahan Data Penelitian Untuk Skripsi Tesis*. Bandung : Informatika.
- Hidayat, R., & Rifai, M. (2018). *Etika Manajemen Perspektif Islam (Abdillah (Ed.))*. Medan : LPPPI.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta : DEKS-BI.

- Kambolong, M., Nurjannah, & Ambarwati, L. (2021). *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan Qiara Media.
- Khayru, R. K., & Djaelani, M. (2021). Niat Pembelian Online Berdasarkan Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Konsumen. *Jurnal Baruna Horizon, Vol 4*(No 2), hlm. 97-101. Diakses melalui <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i2.63> tanggal 01 September 2022.
- Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oestarjo, M. (2021). *Digital Marketing*. Sidoarjo : UMSIDA Press.
- Kurniawan, A. W., & Zahra Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., Halim, F., Wirapraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management; Esensi, Posisi & Strategi* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Mahardika, S. V., Ma'una, I. I., Islamiyah, Z., & Nurjannah, I. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *Social Science Educational Research, Vol 2*(No 1), hlm. 40-53. Diakses melalui <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/sosearch/article/view/42972> tanggal 05 Oktober 2022.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Muljadi. (2019). *Etika dan Komunikasi Bisnis Islam*. Jakarta Selatan : Salemba Diniyah.
- Nim;ah, S., Azis, M. A., Halimah, S., Abror, S. M. U., Setiadi, T., Novitasari, F., Souwakil, A. Y., Vitriani, R., DJ, H., Lingga, E., Fajariana, D. E., Maulana, R. R., Wulandari, W. A., Dmendra, H., Herawati, T., Budiono, A., & Bakri, A. A. (2022). *MPOT Implementasi Manajemen pendidikan, Pemasaran dan Keuangan*. Pekalongan : Nasya Expanding Management.
- Nurliati, & Mardian, I. (2021). Pengaruh Minat Beli, Minat Beli Dan Kualitas produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 5*(No 1), hlm. 78-92. Diakses melalui

<https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651> tanggal 28 September 2022.

- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3 ed.). Lumajang : Widya Gama Press.
- Pasaribu, V. L. D., Karyanto, B., Ahdiyati, M., Athalarik, F. M., Jefriyanto, Andni, R., Ganika, G., Nanda, Z., Putra, A. R., & ZulfikarDarussalam, A. (2021). *Pemasaran Kotemporer*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Piri, G. V., Mananeke, L., & Ogi, I. (2021). Analysis Of Factors Affecting Consumer Purchase Interest In Samsung Galaxy A Smartphone At Chikal Celular Sukur, Airmadidi. *Jurnal EMBA*, Vol 9(No 1), hlm. 746-753. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32564> tanggal 30 September 2022.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Jamaludin, H. N., Harmayani, Putra, S. H., Ardiana, I. D. P. Y., & Manullang, B. P. S. O. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce* (A. Karim (Ed.)). Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Prihartini, D., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 4(No 1), hlm. 56-67. Diakses melalui <https://doi.org/10.37715/calathu.v4i1.2724> tanggal 17 November 2022.
- Program Studi Manajemen FEB UNMAS Denpasar. (1386). *Manajemen Pemasaran* (A. W. S. Gama (Ed.)). Bandung : CV Noah Aletheia.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. Di., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset Populer Pemasaran*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok : Raja Grafindo.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar : Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmawaty, A. (2016). *Spiritual Motivation On Syariah Marketing*. Yogyakarta : IDEA Press.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar : Alauddin University Press.
- Rizal, "Daftar lengkap fitur hingga cara download video TikTok tanpa watermark," infokomputer.grid.id. Diakses melalui <https://infokomputer.grid.id/read/123393481/daftar-lengkap-fitur-hingga-cara->

- [download-video-tiktok-tanpa-watermark?page=all](#) tanggal 26 Februari 2023.
- Rizaty, M. A. (2021). *Jumlah E-Commerce di Jawa Barat Terbanyak Nasional*. Databoks.katadata. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional> tanggal 17 Januari 2023.
- Rizaty, M. ayu. (2022). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua Di Indonesia*. DataIndonesia.id. Diakses melalui <https://dataIndonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia> tanggal 08 September 2022.
- Robiah, F. (2018). *Marketing Hebat Ala Rasulullah: Menyelami Strategi Bisnis Secara Syar'i Penuh Keuntungan* (hal. 1–205). Solo : Tiga Serangkai.
- Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Agung Ilmu.
- Sammis, K., Pomponi, S., & Lincoln, C. (2016). *Minat Beli For Dummies*. Canada : John Wiley & Sons.
- Saputra, S., & Barus, F. M. (2020). Pengaruh Minat Beli (e-WOM) Dan Minat Beli Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 5(No 1), hlm. 1-11. Diakses melalui <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen> 04 Oktober 2022.
- Sarayar, M. C. L., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WoM Harga dan Minat Beli Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 9(No 4), hlm. 294-303. Diakses melalui <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36225> tanggal 04 Oktober 2022.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (B. Sarwaji (Ed.); 7 ed.). Jakarta Barat : PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif (Ed.)). Bandung : PT Refika Aditama.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sitepu, E. S. (2019). The Model Of Purchase Intentions On Online Shop Product. *Prosiding Seminar Nasional ABEC Ke-7, Vol 7*, hlm. 1345-1358.

- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (Nomor January). Bandung : Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2020). *Statistik Ekonomi 1*. Yogyakarta : Zahir Publishing.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan*. Sidoarjo UMSIDA PRESS.
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Minat Beli, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Lazada. *Jurnal PERKUSI, Vol 1*(No 4), hlm. 446-456. Diakses melalui <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13380> tanggal 30 September 2022.
- Susanti, R. (2021). *Jabar Jadi Provinsi dengan Transaksi E-commerce Terbesar di Indonesia*. Kompas.com. Diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2021/11/24/161719626/jabar-jadi-provinsi-dengan-transaksi-e-commerce-terbesar-di-indonesia?page=all> tanggal 17 Januari 2023.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (4 ed.). Yogyakarta : CV ANDI.
- Wibowo, A. (2020). *Perilaku Konsumen & Hubungan Masyarakat*. Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan : FEB-UP Press.
- Wisnu Wardhana, H., Wahab, Z., Saggaff Shihab, M., & Yuliani, Y. (2021). Pengaruh Minat Beli (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Zalora dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 12*(No 3), hlm. 431-446. Diakses melalui <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.627> tanggal 13 Oktober 2022.
- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Nomor April). Yogyakarta : Deepublish.

- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Lombok Tengah : Forum Pemuda Aswaja.
- Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Minat Beli Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal EMA*, Vol 4(No 1), hlm. 1-13. Diakses melalui <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.33> tanggal 29 September 2022.
- Zusrony, E. (2008). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (Robby Andika Kusumaja (Ed.); 7 ed.). Jakarta : PT Indeks.