

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.*
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.*
- Abdulkhakim, A. (2019). *Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua-Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial TikTok. (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).*
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. Padang.*
- Ardia, I. (2021). *Apa itu Tiktok Shop? Ini Penjelasan dan Cara Berbelanja di Tiktok Shop. Beritadiy. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknopr-702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dancara-belanja-di-fitur-baru-tiktok>*
- Anggreini, Dewi U. (2021). *Viral Tiktok Shop di Indonesia. Bisnika.com*
- Duane E. Knapp. 2001. *The Brand Mindset. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.*
- Darno. (2007). *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Mahasiswa Pengonsumsi Produk Rokok, Minuman Teh, dan Minuman Bersoda).*
- Dewa, Chriswardana B. & Safitri, Lina A (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). Yogyakarta, Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya. Vol 12*
- Fiani, Margaretha S. & Edwin Japarianto. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 1, No 1, Halaman 1-6.*
- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep & Kinerja (Pertama). Jakarta: Mitra Wacana Media*
- Fandy Tjiptono. 2005. *Strategi PemasaranI. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.*

- Fitri Anggraini G, & Diah Dharmayanti. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1–14.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Himayati. (2008). *Eksplorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Imam, Ghozali. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irmawati, Dewi. (2011). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. Edisi ke-VI*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya, h.95.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Knapp, Duane E. 2001. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kaniawati, I., dkk. (2019). “*Analyzing Students’ Misconceptions about Newton’s Laws Through Fosur-Tier Newtonian Test (FTNT)*”. Journal of Turkish 98 Science Education, Volume 16, Nomor 1 (hlm. 110-122).
- Krug, Steve. 2013. *Don’t Make Me Think. Panduan Praktis Membangun Web Yang Logis*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid Dua. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga
- Laudon, Kenneth C & Traver, Carol Guercio. 2014. *E-Commerce 2014 : Business, Technology, Society, Tenth Edition, 3rd penyunt*. New Jersey: Prentice Hall
- McKinsey, Dalam Brian. 2020. <https://www.sirclo.com/blog/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020/>

- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group. Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada media Group.
- Mo, Z., Li, Y. F., & Fan, P. 2015. *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 8(03), 419-424.
- Pratiwi, Wayan A. & Rahanatha, Gede B (2017). *Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar*. Bali: *E-Jurnal Manajemen Unud*. Fkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol 5
- Putri, T C. Gunawan, C (2021). *Pengaruh Keragaman Produk dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pademi Covid-19*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*.
- Rasyid, M. H. (2020). *Pembelajaran Puisi Secara Daring Dengan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi (TikTok) Sma Negeri 3 Pati*. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PRO SNAMPAS) Vol 13*
- Ramadan, F., Muchtar, & Hafid, H. (2021). *Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace*. *Forum Ekonomi*, 23(3), 405–412. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Sufa, F. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan terhadap Efektifitas Iklan Televisi Mie Sedap*. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 1
- Shopee.co.id (2021). *Syarat dan Ketentuan Program Gratis Ongkir*. <https://shopee.co.id/docs/6914>
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian-Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss
- Sundalangi, Marchelyno., Silvy L. Mandey., Rotinsulu Jopie Jorie. 2014. *“Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga*

Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado”, Jurnal EMBA. Vol. 2 No. 1, Maret 2014.

Supriyanto, Sugeng. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard* Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Grahatama. pp. 19.

Setiawan, M. F., & Japarianto, E. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Ganep's Di Kota Solo*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1), 1–6.

Taofik, A. (2021). 6 Langkah Daftar Tiktok Shop, Bisa Berjualan di Tiktok dan Menghasilkan Banyak Uang. *Bagikan Berita*. <https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-682783446/6-langkah-daftar-tiktok-shop-bisa-berjualan-di-tiktok-dan-menghasilkan-banyak-uang-segeraeksekusi-di-sini>

(Tusanputri & Amron, 2021) *Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop*. Journal FEB UNMUL, Vol. 23(4), hlm. 632-639.

Weiss, G. (2020). *TikTok added 12 million unique U.S visitors in March, as watch time surges in quarantine*. *Tubefilter* <https://www.tubefilter.com/2020/04/28/tiktok-added-12-million-unique-us-visitors-in-march/>

Wayan Arisna Pratiwi, Gede Bayu Rahanatha. 2016. *Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen, Vol. 5, No. 12: 7899-7928.