

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, D. (2021). *Geser Facebook, TikTok Jadi Aplikasi Paling Banyak Diunduh di Dunia*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4628048/geser-facebook-tiktok-jadi-aplikasi-paling-banyak-diunduh-di-dunia>
- Ahdiat, A. (2022a). *Ini Media Sosial yang Banyak Dipakai Konsumen Indonesia untuk Belanja*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/ini-media-sosial-yang-banyak-dipakai-konsumen-indonesia-untuk-belanja>
- Ahdiat, A. (2022b). No Title. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>
- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Anggraini, V. (2022). *18107030031_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf*.
- Cahyani, D. (2019). *Analisis Penjualan Mobil Merek Mercedes Benz Pada PT Bintang Wirabens di Pekanbaru*.
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., Elyana Febriyanti, D., Arifin Program Studi, S. D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda Surabaya Correspondence, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Melalui Tiktok Dan Instagram Terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty Pada Agen Yuyun Di Lamongan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 344–352. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/72>
- Firmansyah, A. (2020). Komunkasi Pemasaran. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1).
- Gusdini, W., Mawadda, S., & Dkk. (2023). Peningkatan pendapatan sentra industri keripik ubi melalui tiktok shop. *Jurnnal Cemerlang*, 3(1), 10–19.
- Jemmy, G. (2021). *Tik Tok Marketing For Newbies*. Slideshare. <https://www.slideshare.net/crawibowo/tik-tok-marketing-for-newbies>
- Karunia Putri, R., Indah Sari, R., Wahyuningsih, R., Meikhati, E., & Winarso Aji, A. (2021). Efek Pandemi Covid 19: Dampak Lonjakan Angka PHK terhadap Penurunan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/10.47701/bismak.v1i2.1206>
- Kinanti, A. puspa. (2022). *TikTok Luncurkan TikTok Shop, Apa Sih Itu?* Campusdigital. <https://campusdigital.id/artikel/tiktok-luncurkan-tiktok-shop->

apa-sih-itu-?ref=farisfanani

- Luthan, A. K., & Asmoro Putri, Z. X. (2021). Fenomenologi Aplikasi Tiktok Bagi Usaha Online Marica Farms. *Kinesik*, 8(2), 128–136. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i2.153>
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Permana, E. (2023). *Mencermati Kelebihan dan Kekurangan TikTok Shop Sebelum Bertransaksi*. Era.Id. <https://era.id/tekno/136893/kelebihan-dan-kekurangan-tiktok-shop>
- Priambodo, B. (2018). *Pengaruh "Tiktok" Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya [Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya]*. <https://www.scribd.com/document/440953484/18-PENGARUH-TIKTOK-TERHADAP-KREATIVITAS-REMAJA-SURABAYA-1-pdf>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Sania Tira. (2020). *Mau Manfaatkan Tik Tok buat Promosi Bisnis, Simak Dulu Caranya*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4304905/mau-manfaatkan-tik-tok-buat-promosi-bisnis-simak-dulu-caranya?page=2>
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>
- Setiawan, S. (2024). *Pengertian Penjualan – Jenis, Tujuan, Faktor, Pasar, Para Ahli*. Gurupendidikan.Co.Id. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-penjualan/>

Song, C., & Liu, Y.-L. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *23rd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Digital Societies and Industrial Transformations: Policies, Markets, and Technologies in a Post-Covid World,"* 1–18. <http://hdl.handle.net/10419/238054>

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&R* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.