

DAFTAR PUSTAKA

- AG.Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Annur, C. M. (2020, November 11). *Ragam alasan konsumen pilih berbelanja online*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilih-berbelanja-online>
- Annur, C. M. (2022, January 22). *daftar negara pengguna tiktok durasi terlama indonesia peringkat berapa*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/06/daftar-negara-pengguna-tiktok-durasi-terlama-indonesia-peringkat-berapa>
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasara edisi pertama*. Jakarta: kencana prenada media group.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. United Kingdom: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.* California: SAGE Publication, Inc.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy Implementation and Pratices, Seventh Edition*. United Kingdom: Pearson.
- Evyta, F. D., & Kharnolis, M. (2021). Peran E-Commerce Sebagai Digital Fashion Branding. *Jurnal Tata Busana*, 20-29.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United State: McGraw-Hill Companies.
- Hulu, V. T. (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Statcal (Sebuah Pengantar untuk Kesehatan)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Išoraitė, M., & Miniotienė, N. (2018). Electronic Commerce: Theory and Practice . *Integrated Journal of Business and Economics*, 73-75.
- Indriantoro, N. d. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Jayani, D. H. (2021, September 17). *Databoks*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/zalora-masih-jadi-e-commerce-fesyen-terpopuler-pada-kuartal-ii-2021>
- Jayani , D. H. (2021, December 15). *Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia*. Retrieved from Katadata:

<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61b945392d739/peta-persaingan-e-commerce-di-indonesia>

- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Kelsey, T. (2017). *Introduction to Social Media Marketing: A Guide for Absolute Beginners*, Illinois: Springer Science. New York: Apress.
- Kaye, D. B., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Sage Journals*.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2015). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga: Jakarta.
- Kemp, S. (2021, February 11). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Retrieved from Datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved from [datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia)
- Lisdayanti, A. (2017). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Harga dan CRM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada The Milk Bar Bandung. *Sustainable Competitive Advantage Unsoed*, 1-12.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an Applied Approach*. Harlow: Pearson.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Assex: Pearson Education Limited.
- Praditasetyo, D., & Saputri, E. M. (2021). The Impact of Social Media Marketing Through The Tiktok Application on Online Purchasing Decisions At Shopee Indonesia. *e-Proceeding of Management* , 6514.
- Prihadi, D., & Susilawat, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-commerce dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16-17.
- Purwaningdyah, S. W., & Saudi , M. H. (2018). The Quality of Service Affect Loyalty Through Customer Satisfaction as Intervening Variables in Indonesian Zalora . *International Journal of Engineering & Technology*, 300-301.
- Rehman, Nawaz, F. T., Khan, A., & Hyder, S. (2014). How Advertising Affects the Buying Behavior of Consumers in Rural Area: A case of Pakistan. *Academic Research Internasional*, 405-412.
- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen . *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 684-685.
- Singh. (2014). *As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014, "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan" Science Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus. Econ. Res Vol 3.*

- Sugiyama, K. &. (2012). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. NewYork: McGraw-Hill.
- Suryani, & Hendriyadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Stockemer, D. (2019). *Quantitative Methods for the Social sciences: A practical Introduction with Examples in SPSS and stata*. Canada: Springer .
- Sahab, A. (2018). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. Los Angeles: Sage.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 259-279.
- Widowati, H. (2019, April 25). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Winarso, B. (2021, June 8). *Apa itu tiktok*. Retrieved from Dailysocial.id: <https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>

