

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. CV. Cendekia Press.
- Azzahra, A. S., Barkah, C. S., Sukoco, I., & Novel, N. J. A. (2024). Terjual Sampai 982 Ribu Produk: Strategi TikTok Afiliasi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Sajodo Snack. *Economics and Education Journal*, 6(1), 29–37.
- Bata, E. S. (2023). Strategi Affiliate Marketing pada Sistem Informasi Penerimaan Calon Mahasiswa Baru. *JITU : Journal Informatic Technology And Communication*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.36596/jitu.v7i1.970>
- Firmansyah, F., Sulastri, S., & Rosa, A. (2024). Impact of marketing communication and affiliate marketing strategies on marketing performance: an empirical study on online merchants in the shopee marketplace. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 830–844.
- Kayode. (2014). *Marketing Communications (1st ed)*. Bookbon.
- Kwan, M. C. (2023). The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(1), 221–228.
- Noersabila, E. L., Ardiansyah, A., & Witantra, A. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (JIKA)*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.30656/jika.v3i2.6336>
- Octavia, R., Mujanah, S., & Fianto, A. (2024). Peran Penting Afiliasi dan Influencer dalam Mengubah Perilaku Konsumen untuk Pemasaran Produk di Era Digital: Perspektif TikTok. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 450–459. <https://doi.org/10.47467/manageria.v4i1.6890>
- Putri, R. A., Wangi, M. S., & Rizqi, F. M. (2024). Strategi komunikasi affiliator pada program TikTok (Studi kasus pada akun TikTok @Yogaade). *Solidaritas*.
- Sahilah, S., Sukoco, I., Novel, N. J. A., & Barkah, C. S. (2023). Pengaruh Afiliasi Dalam Pemasaran Digital Dan Dampaknya Terhadap Penjualan Pada PT Shopee International Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Multi Data Palembang*, 13(1), 228–232. <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v13i1.6051>
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Oher Aspects of Integrated Marketing Communications (7th ed)*. Stratford Publishing Services.
- Siddik, R., Roswaty, N., & Veronica, N. M. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi TikTok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1048–1058.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2251>

Yildiz. (2021). *The Power of Digital Affiliate Marketing (1st ed.)*.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Sage Publications.

