

Daftar Pustaka

- Gie. (2020, November 3). *Sosial Media Marketing: Pengertian, Jenis, Strategi dan Manfaatnya*. Retrieved from Accurate: <https://accurate.id/marketing-manajemen/sosial-media-marketing-pengertian-jenis-strategi-dan-manfaatnya/>
- Kusnandar, V. (2021, July 12). *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021#:~:text=Penetrasi%20internet%20Indonesia%20pada%20akhir,sebanyak%20276%2C3%20juta%20jiwa.>
- Woutersen, D. (2021, August 29). *Why You're Not Getting Any Views With YouTube Shorts*. Retrieved from Out of the 925: <https://outofthe925.com/why-youre-not-getting-any-views-with-youtube-shorts/>
- Annur, C. (2021, September 29). *Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar TikTok di Dunia pada 2020*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020>
- Wu, J. (2021). *Study of a Video-sharing Platform: The Global Rise of TikTok*. Retrieved from Graduate Theses, The MIT Sloan School of Management: <https://hdl.handle.net/1721.1/139394>
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the Causes of the "Tik Tok" App Becoming Popular and the Existing Problems. *Journal of Advanced Management Science Vol. 7, No. 2*, 59-63.
- Sama, R. (2019). Impact of Media Advertisements on Consumer Behaviour. *Journal of Creative Communications*, 1-15.
- Singh, B. (2012). Impact of advertisement on the brand preference of aerated drinks. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 2(2), 147-160.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Sosial Media: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3*, 187-196.
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, Tiktok, & Co. *California Management Review Vol. 63(1)*, 5-25.
- Mandal, P., & Joshi, N. (2017). Understanding Digital Marketing Strategy. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM) 5(6)*, 5428-5431.
- Shahnaz, N. B., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal 5(4)*, 281-399.
- Meskaran, F., Ismail, Z., & Shanmugam, B. (2013). Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(6), 307-315.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience Toward Customers' Online Purchase Intention. *International business research*, 3(3), 63.
- Anggasta, G. (2021). Pengaruh Konten Promosi Tiktok @Bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli di Masa Pandemi Covid-19. *Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara*.
- Herawati, H. (2020). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Dan Celebrity Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli (studi kasus pada toko online shop Keripik pisang coklat Krispbo.id). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(10).

- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic). *SSRN Electronic Journal*.
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Az-Zuhaida, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial) . *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1).
- Ripai, I. (2020). Analisis Pertandingan Antara Facebook Ads Dengan Tiktok Ads Terhadap Perkembangan Bisnis Penjualan Online Di Era Digital. *ICT Learning*, 4(2).
- Natsir, F. (2021). Analisis Forensik Konten Dan Timestamp Pada Aplikasi Tiktok. . *Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI*.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(2), 75-82.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Dewi, D. A. (2018). *Statistika Terapan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linear Sederhana.
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Pratiwi, N. I., & Husen, A. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Tik Tok Pada Remaja Di Denpasar Saat Pandemi. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 42-51.
- Jatmiko, L. D. (2021, November 18). *Prediksi Jaringan Internet 2026, 5G Dominan di Pulau Jawa*. Retrieved from Teknologi: <https://teknologi.bisnis.com/read/20211118/101/1467855/prediksi-jaringan-internet-2026-5g-dominan-di-pulau-jawa>