

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, D. K. & Marlana, N., 2022. Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Pada Aplikasi Tik-Tok. *Jurnal Sinar Manajemen*.
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. *Jurnal Cendakia Ilmiah*, 1(4), 429-438.
- Anisa, F., & Manurung (2021). Pengaruh Desain, Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha N-Max (Studi kasus pada masyarakat Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 179-192.
- Agmalia, N. R. (2021). *Strategi Pengembangan Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Marketing Online (Studi Pada Usaha "Distro Bragga")*.
- Malik, M. & Bustam, M. (2020). Iklan Peringatan Rokok : Bidang Kajian Multimodality. *Tekstual* 18(1):38., 38-43.
- Daulay, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Medan. *Journal Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*, 1-6.
- Faiz, W. (2019). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Lazada Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*, 1-10.
- Febrinaz, (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa (i) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Allaudin dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina Volume 2, Nomor 2.*, 477-490.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Hapzi Ali, A. W. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran : Analisis Iklan, Personal Selling dan Public Relation. Vol 3. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 224-445.
- Hidayat, et. al. (2019). Implementasi Strategi pengendalian Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI) II Dalam Mendukung Ketahanan Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 25(3), 313-330.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : unitomo press.
- Kartajaya, K. &. (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance : Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management, dan Servis Untuk Mendongkrak Laba*. 225 hlm. : ilus. ; 21cm. Jakarta,; Jakarta : MarkPlus, 2007.

- Kevin Yonathan, H. M. (2016). Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan pembelian di Wild. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 1, Nomor 5*, 567-575.
- kotler, p. (2002). Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi Tiga belas, Erlangga. *Perpustakaan Nasional*, 1-14.
- Kuntadi, S. & Susanti. (2016). Partial Last Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Untuk Kepemimpinan, Dan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Terhadap Peningkatan Kinerja Dosen STIE Ekuitas. *Prosiding SENTIA 8*, 43-49.
- Kotler, P., Keller, K, L. (2020). *Marketing Management*. (15th ed). Pearson Pretice Hall.
- Losung, et al. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Kecamatan Pasan. *Jurnal EMBA 10(1)*, 401-11.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai era Modernisasi Global, Cet 1, Bibliografi : hlm. 327-342*. Bandung: Bandung : Alfabeta, 2017.
- Nurjannah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo. . *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), , 85-95.
- Ningrum, D.V., Setiawan, & Atok, M. (2020). Analisis Kepuasan dan Keputusan Penggunaan Kembali Jasa Ojek Online Mahasiswa ITS dengan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2), 145-152.
- Octavia, R. A. (2019). Pemanfaatan Digital Content Tik-Tok Dalam Proses Pemasaran Produk. *EAS Technopreneurship*, 2.
- Pering, M. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0. *Jurnal Satyagraha*, 03(02), , 28-48.
- Prisca, dkk. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting Nattional Seminar)*, 1(1), 727-738.
- Polontalo, D.H., Anwar, C. & Nasution, H. (2022) 'Pengaruh Intervening Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Pengalaman Auditor dalam Pendeteksian Kecurangan (Studi Pada Kantor Akuntan Publik Jakarta Timur)', *JurnalAkuntansi dan Keuangan*, 10(1), pp. 93-101.
- Purwanto, A. A. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil Antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sample Besar.

Journal of Industrial Enginnering & Management Research, 2(4), pp., 216-227.

- Sa'adah, A. A. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tik-Tok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Volume 2 ISSUE 5*, 131-139.
- Sumiati, S. (2015). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *Jmm17*, 1(02).
- Sholikan, S., Susanti, E., & Pratikto, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Dimasa Pandemi COVID-19. *Jurnal Karinov*.
- Santoso, D. T. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12):, 112-129.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI.
- Sari, A. R., Lidyah, R., & Agusman, Y. (2023). SOCIAL MARKETING PROJECT PEMASARAN PRODUK UMKM PENJAHIT RUMAHAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE. *Jurnal Pengabdian*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi ketiga. Vol. 3* . Jakarta : Prenada Media Group.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS Untuk Statistia Pemula* . Bekasi : PT Dewangga Energi Internasional Anggota IKAPI (403/JBA/2021).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Singh, C., et al. (2020). The Proccedings of The 5th International Conference on Management, Engineering, Science, Social Science and Humanities (iCon-MESSSH'20). . Penang, Malaysia: Society for Research Development.
- Sudaryono Sigit, F. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Yogyakarta Andi .
- Sudewo & Supriyadi, E. (2017). Perancangan Ulang Strategi Penjualan Pada Bisnis Perumahan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekobisnis*, 2(2), , 150-166.
- Suryani., T. (2008). Perilaku Konsumen, implikasi pada strategi Pemasaran. *Graha Ilmu*., *Online Public Access Catalog*, 1-8.

- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Wagner, T., & Rudolph, T. (2010). Toward a Hierarchical Theory of Shopping Motivation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17,, 415-429.
- Winarso, et al. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Internet Indihome Pada Pt. X Dengan Pendekatan Part Least Square. *Jurnal Matrix*, 20(1), 77-87.
- Wursan & Yulianto, E. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Program Merchant Day Terhadap Customer Relationship Management Serta Dampaknya Kepada Peningkatan Sales Volume Menggunakan Model Partial Least Square: Studi Pada Kantor Cabang Tasikmalaya PT. Bank Negara Indonesia. *Journal Of Management*, 3(3), 399-410.
- Wijaya, C. D. et al. 2020. "Efektivitas Iklan Televisi Tokopedia Edisi 'Ungkapan Bahasa Sayang Dalam Satu Genggaman' Pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi* 8(1).
- Yolanda, A. (2017). Affect Of Cultural Factor On Consumer Behaviour In Online Shop. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 6(6), 287–292, 1-6.
- Zhang, S., & Savary, A. (2022). *The Rise of TikTok: A Case Study on the Power of Algorithmic Content Curation*. *Journal of Media Studies*, 15(3), 45-62.
- Zafar, M. W. (2019). The Impact of Globalization and Financial Development on Environmental Quality: Evidence From Selected Countries in The Organization For Economic Co-Operation and Development (OECD). . *Environmental Science and Pollution Research*, 26,, 13246-13262.