

DAFTAR PUSTAKA

- Araujo, Clarisse Jane G, Kaye Anne S. Perater, Alyanna Mrie V. Quicho, Antonio E. Etrata, Jr. 2022. Influence of TikTok Video Advertisements on Generation Z's Behavior and Purchase Intention. Manila, Philippines: *International Journal Of Social And Management Studies*. <https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/123/102>
- A. Shrimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Erlangga
- Benediktova, Barbara & Lukas Nevsad. 2008. Pemasaran Afiliasi Perpektif Penyedia Konten. Swedia: Lulea University of Technology. *Master's Thesis*. <https://www.coursehero.com/file/69963470/FULLTEXT01pdf/>
- Dirir, Sadik Aden. 2022. Investigasting the Impact of TikTok on the Generation Z Buying Behavior and Their Insight of Selecting Brands. Djibouti: Universite De Djibouti. *Journal of the Market Research Society*. <https://www.researchgate.net/publication/358749028> [Investigating the impact of TikTok on the generation Z buying behavior and their insight of selecting brands](https://www.researchgate.net/publication/358749028)
- Deriyanto, Demmy, & Fathul Qorib. 2018. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok. Malang: *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1432>
- Fadhilah, Laelatul Aina, Cindy Wulandari, Salmanda Nur Afni. 2022. Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing Akun Instagram @Nazwaadinda_ Terhadap Minat Pembelian Produk Pada Followersnya. Wonogiri: STABN Raden Wijaya. *Nivedana Jurnal Komunikasi dan Bahasa*. <https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/NIVEDANA/article/view/674/384>
- Fauzi, Viny Putri. 2016. Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER- Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. Pekanbaru: *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9366>
- F, Agustinus Johannes Djohan. 2016. *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_STRATEGI_PEMBELIAN/rnNMEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=F,+Agustinus+Johanes+Djohan+Manajemen+%26+Strategi+Pembelian&pg=PA67&printsec=frontcover

- Husna, Fauza.2006. Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. Bengkalis: Jurnal SNPK. <https://www.usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/135/109>
- Herispon. 2020. *Modul Olah Data Dengan SPSS23*. Pekanbaru: Research Gate. https://www.researchgate.net/publication/342623438_Modul_Olah_Data_Dengan_SPSS_23
- Julia,Siti & Kamila K. 2023. Pengaruh Iklan TikTok, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis. https://www.researchgate.net/publication/369666880_Pengaruh_Iklan_Tiktok_Kualitas_Produk_Dan_Harga_Terdapat_Minat_Beli_Produk_Scarlett_Whitening_Pada_Mahasiswa_Universitas_Islam_Negeri_Sumatera_Utaa
- K, Agung Widhi. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Kustiawan, Winda, dkk. 2022. Media Sosial dan Jejaring Sosial. Sumatera Utara: Maktabatun Jurnal. <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4989>
- Kwan, Melinda Christanti. 2023. Penggunaan Affiliate Marketing TikTok untuk E-commerce dan Bisnis Online. Surabaya: Politeknik Ubaya. Jurnal Adijaya. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/article/view/214>
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein, Michael. 2011. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons. https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media
- Kotler Keller. 2008. *Management Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip. 2003. *Marketing Management Edisi 11*. Amerika: A Handbook.
- Kibtyah, Maria Risma, Iwan Mulyawan, &Rafiati Kania. Pengaruh Video Advertising pada Platform Digital TikTok Terhadap Niat Beli. Bandung: Jurnal Polban. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2927>
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. Iklan yang Efektive Sebagai Stategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Yogyakarta. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. <https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>

- Lestari, Putri Winda. 2021. *Pengolahan dan Analisis Data Menggunakan SPSS*. Jakarta: Universitas Binawan. <http://repository.binawan.ac.id/2932/1/Modul%20SPSS.pdf>
- Mumtaz, Zayyan Syafika. 2021. Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9716>
- M, Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf
- M, Anang Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/329587407_PERILAKU_KONSUMEN/links/5c24627b458515a4c7faed1d/PERILAKU-KONSUMEN.pdf
- M, Anang Firmansyah. 2020. *Buku Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcee6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf
- Malay, M Nursalim. 2022. *Analisis Data Dengan SPSS dan JASP*. Bandar Lampung : CV. Madani Jaya. <http://repository.radenintan.ac.id/25436/1/Buku%20ISBN%20Belajar%20Mudah%20Praktis%20SPSS-JASP.pdf>
- M, Abdulah. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- M, Priyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishin
- M, Syahrums. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citra Pustaka Media.
- N, Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Natania, Clarisa Putri Arinka. 2023. Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk. Yogyakarta: E-Journal UAJY. <http://e-journal.uajy.ac.id/30532/3/180906555%20-%202.pdf>

- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
http://repository.stsrdivisi.ac.id/608/1/Full_Buku%20Media%20Sosial%20Periklanan%20Instagram_Dian%20Prajarini.pdf
- Pradika, Mohamaad Fawaid, & Sumardjijati. 2023. Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pemasaran Pof *Parfume*. Surabaya: Journal On Education.
<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2267/1896>
- Rukmana, Surianti.2021. Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram. Pekanbaru: Repository UIR.
<https://repository.uir.ac.id/10956/1/175210324.pdf>
- Pinky, Aldhama.2022.*Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). Lampung: Repository UIN Raden Intan Lampung.
<http://repository.radenintan.ac.id/20462/1/SKRIPSI%201-2.pdf>
- P, Sidik MS. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Richadinata, Kadek R. P & Ni Luh Putu S.A. 2021. Pengaruh Iklan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional. Bali: Universitas Bali Internasional. E- Jurnal Manajemen.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/68513>
- Rafiqih, Adnan. 2022. Sistem Affiliate Dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia. Jakarta: Repository UINJKT.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/61779/1/ADNA%20RAFIQIH%20-%20FSH.pdf>
- Ramdani, Nurin Salma, Angga Hadipurwa, & Hafsah Nugraha. 2021. Potensi Pemanfatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. Bandung: Jurnal Teknologi Pendidikan. <https://uia.e-journal.id/akademika/article/download/1406/1041>
- Suhyar, Salsabila Vania & Sri Astuti Pratminingsih. 2023. Pengaruh Live Streaming dan Trust Terhadap Impulsive Buying dalam Pembelian Produk Skincare Skintific. Bandung: Journal Management Studies and Entrepreneurship.
<https://journal.yrpiuku.com/index.php/msej/article/view/1773/1095>
- Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina. 2016. Modul Pengantar Periklanan. Jakarta:

Repository UPI YAI. <http://repository.upi-yai.ac.id/123/1/Modul%20Pengantar%20Periklanan.pdf>

Soewarno, Noorlailie & Irwan Adimas Ganda Saputra. 2019. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kegiatan Bisnis Berbasis E-Commerce. Surabaya: Jurnal Riset dan Aplikasi Akuntansi dan Manajemen.

<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/JRAAM/article/view/1508/1113>

Stephen, Abnego, Athluna Canthika, Davin Subrata, Devina Veronika. 2019. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jakarta Selatan: School of Business and Economics Universitas Prasetiya Mulya. *Indonesia Business Review*.

<https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/ibr/article/view/404/301>

Shilfiyo & Rумыeni. 2022. Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliasi melalui Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Riau: Universitas Riau. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.

<https://jab.ejournal.unri.ac.id/index.php/JAB/article/view/7771/pdf>

Tusanputri, Alyasinta Viela & Amron. 2021. Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce TikTok Shop. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal FEB Universitas Mulawarman*.

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10213/1539>

Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.

T, Cahyono.2015. *Statistik Uji Normalitas*. Banyumas: Yayasan Sanitarian Banyumas (Yasamas)

Utamanyu, Rani Apsari,& Rini Darmastuti. 2022. Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah. Salatiga: Jurnal SCRIPTURA.

<https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/24523>

Warsiati, Wiwi, Tiris Sudrartono, Llan Aliansi Zahra. 2001. Menumbuhkan Minat Usaha Melalui Affiliate Marketing Bagi Generasi Z Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Bandung: *Jurnal PKN STAN*.

<https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/1463/763>

Widayatmoko, V. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan "Udah Waktunya Pake GO-JEK - Vertibokek". Yogyakarta:Journal Untar.

<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6253>