

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Aji, R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 43-54.
- Ananda, K.S.2013. "Wanita habiskan 1,5 Tahun Hidupnya untuk Bersih-Bersih Rumah".<https://www.merdeka.com/gaya/wanita-habiskan-15-tahun-hidupnya-untuk-bersih-bersih-rumah.html>, diakses 2 Juli pukul 2.35.
- Annur, C.M.2023."Facebook hingga Twitter,Ini Deretan Media Sosial Terpopuler Dunia di Awal 2023".
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/06/facebook-hingga-twitter-ini-deretan-media-sosial-terpopuler-dunia-di-awal-2023>, diakses 2 Juli 2023 pukul 9.33.
- Aulia, V., Tayo, Y., & Nayiroh, L. (2022). Pengaruh Video Tiktok @aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa. *Media Bina Ilmiah*, 7823-7830.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 22-29.
- Cahyati, A. (2016). Komunikasi Pemasaran dan Media Baru (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @pancakescompany). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Diana, A. L. (2019). Studi Elaboration Likelihood Model Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Social Media Influencer Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di Kalangan Siswi Kota Malang (Studi Kuantitatif pada Akun Youtube Nanda Arsyinta).
- Dilliard, J. P., & Shen, L. (2012). *The SAGE Handbook of Persuasion*. SAGE Publications, Inc.
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 69-75.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Escalas, J. E. (2004). Narrative Processing : Building Consumer Connections to Brands . *Escalas Building Consumer Connections to Brands*.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 70-80.
- Ichwan, N. A., & Irwansyah, I. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer pada Akun Youtube Tasya Farasya dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18-33.
- Irwandy, D., & Rachmawati, D. (2018). Penerapan Elaboration Likelihood Theory dalam Mempengaruhi Konsumen pada Pemilihan Produk Telepon Genggam. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 201-206.
- Jauhariya, K. C., Yunus, M. I., & Pamuji, E. (2022). Strategi Citra Living With Aesthetic and Quality Reviewer pada Platform Tiktok Live Natasha Surya. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 27-37.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a critical introduction*. New York: Routledge.
- Littlejohn, S. W. (2003). *Theories of Human Communication*. Illinois: Waveland Press, Inc .
- Luik, J. (2020). *Media Baru Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Manurung, O., & Kartono. (2016). Keterampilan Penalaran Induktif Deduktif dan Kemampuan Representasi Matematis Siswa Pada Pembelajaran CTL Berbasis Hands On Activity. *Journal of Mathematics Education Research*, 155-165.
- Maria, S., Darma, D. C., Amalia, S., Hakim, Y. P., & Pusriadi, T. (2019). Readiness To Face Industry 4.0. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2363-2368.

- Milhinhos, P. (2015). The Impact of Content Marketing On Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User-Generated Content. *Master's Thesis*.
- Mustafa, Y. N. (2020). Analisis Isi Video Review Otomotif Oleh Autonetmagz Di Media Sosial Youtube. Universitas Airlangga
- Myers, D. G. (2013). *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- NST, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 135-145.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and user Motivation on Tiktok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 121-136.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Petty, R. E., & Caciopo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advance in Experimental Social Psychology*, 123-205.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Puspita, A. N. (2022). Pengaruh Konten Instagram @Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Followers dan Tingkat Popularitas Tempat Kuliner di Kota Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Rafi, J., & Daud, D. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Review Kuliner Akun @sahabatdiet Terhadap Minat Beli di Kalangan Followers.
- Rizaty, M. A.2022."Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia".<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>, diakses 2 November 2022 pukul 19:54.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of law Politics and Humanities*, 66-75.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 147-155.

- Saskia, C.2023."10 Medsos Paling Banyak Di-download di Indonesia, Tiktok Teratas". <https://tekno.kompas.com/read/2023/01/17/18030007/10-medsos-paling-banyak-di-download-di-indonesia-tiktok-teratas?page=all>, diakses 2 Juli 2023 pukul 9.15.
- Sertoglu, A. E., Catli, O., & Korkmaz, S. (2014). Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions : An Empirical Study in Turkey. *International Review of Management and marketing*, 66-77.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Shintya, T. R. (2022). Pengaruh Terpaan Video Youtube Review Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Mahasiswa.
- Simamarta, J. (2010). *Rekayasa WEB*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan Internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Tempo. 2023."Tineco jadi Brand Vacuum Cleaner Cordless Pilihan Konsumen".<https://koran.tempo.co/read/info-tempo/481957/tineco-jadi-brand-vacuum-cleaner-cordless-pilihan-konsumen>, diakses 2 Juli 2023 pukul 9.49.
- Yuana, L.2023."Robot Tineco Vacuum, Efektif Kurangi Beban Mental Bunda Saat Mengurus Buah Hati".
<https://surabaya.times.co.id/news/berita/8mljif6ul9/Robot-Tineco-Vacuum-Efektif-Kurangi-Beban-Mental-Bunda-Saat-Mengurus-Buah-Hati>, diakses 2 Juli 2023 pukul 10.35.
- Zainurossalamia, S., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D. C., & Achmad, G. N. (2021). Storytelling Marketing, Content Marketing, and Social media Marketing on the Purchasing Decision. *Budapest International Research and Critics Institute- Journal (BIRCI-Journal)*, 3836-3842.