

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022, Mei 15). Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat.
- Ananda, E. D. (2011). Pemanfaatan Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada SMK Negeri 1 dan SMK Negeri 4 Surabaya).
- Andrew. (2022). Affiliate Marketing: Pengertian, Jenis, Cara Kerja, Kelebihan dan Kekurangannya.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. (2023). *Data Penetrasi Internet di Indonesia*. APJI.
- Aziz, A. (2020). Personal Selling sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada PT Grahita Indonesia (Studi Kasus Pada Grahita Indonesia Cabang Tangerang Selatan). *Jurnal Akrab Juara*.
- Bogdan, Ribert, & Taylor. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Terjemahan oleh Arief Rurchan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- ByetDance, TikTok. (2023, Diakses 4 Juni, Pukul 21.45). Tentang TikTok. p. <https://in.tiktok.com/about?lang=id>.
- DetikInet. (2023, April 13). 5 Syarat menjadi TikTok Affiliate. pp. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6670832/5-syarat-menjadi-tiktok-affiliate>.
- Dillard, J. P. (1990). *Seeking Compliance: The Production of Interpersonal Influence Messages*. Gorsuch Scarisbrick Pub.
- Dr. Asfi Manzilati, S. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I. (2010). *E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. Canadian Journal of Administrative Sciences.
- Hadmandho, T. C. (2022). *The Influence of Instagram Endorsment Celebrities on Impulsive Buying Behavior of Students in Rokan Hulu Regency*. Riau: Kontigensi: Scientific Journal of Management.

- Hanif Hawari, D. F. (2023, April 11). Cara daftar TikTok Affiliate dan Syaratnya. pp. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6665907/cara-daftar-tiktok-affiliate-dan-syaratnya>.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. In *Komunikasi Pemasaran* (p. 33). Jakarta: Erlangga.
- James Dillard, L. B. (2008). *Goals-Plans-Action theory of message production. Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspective.*
- Juliana, A. D. (2020). Marketing Strategy In Digital Era. In A. D. Juliana, *Marketing Strategy In Digital Era* (pp. 2 - 14). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (NEM).
- Jurana, Yamin, N. Y., & Indriasari, R. (2019). Interpretivisme: Sebuah Perspektif yang Digunakan dalam Pengembangan Ilmu Akuntansi. 5.
- Kemit, A. N. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Female Daily Terhadap Minat Beli Avoskin.
- Khan, N., Hui , L. H., Chen, T. B., & Hoe, H. Y. (2015). Impulsive Buying Behaviour of Generatoon Y in Fashion Retail. *Canadian Center of Science and Education.*
- Kompas.com. (2021, Agustus 24). Retrieved from <https://www.kompas.com/properti/read/2021/08/24/133000121/frekuensi-belanja-online-indonesia-lima-besar-dunia-40-persen-per>
- Muhammim, A. (2017). Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung).
- Nendauni, L. (2018). *Vuwani Demarcation Discourses From The "Mirror" Newspaper: A Linguistic Perspective.* University Of Venda.
- Oktivera, E., & Wirawan, F. W. (2020). E-Sales Promotion Membentuk Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmu Komunikasi.*
- Purhantara, & Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riadi, M. (2018, November 06). *Tujuan, Sifat, Jenis dan Tahapan Personal Selling.* Retrieved from [KajianPustaka.com: https://www.kajianpustaka.com/2018/11/tujuan-sifat-jenis-dan-tahapan-personal-selling.html](https://www.kajianpustaka.com/2018/11/tujuan-sifat-jenis-dan-tahapan-personal-selling.html)
- Riadi, M. (2020). Pembelian Impulsif (Pengertian, Karakteristik, Aspek, Jenis dan Faktor yang mempengaruhi).

- Statista Market Insight. (2023). *Skincare - Indonesia*. Statista.com.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sulistiono, M. F. (2013). Tinjauan Efektivitas Personal Selling (Studi Kasus Pada PT Global Teknologi Media Integrasi). 15 - 19.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tanpli, Y. E., & Rinaldi. (2020). Pengaruh Pada Iklan Celebrity Endorser BTS Terhadap Impulsive Buying Behaviour Pada Remaja di Kota Padang.
- Thurau, T. H. (2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?* Journal of Interactive Marketing.
- Tidy, J. (2020, Juli 21). *BBC News Indonesia*. Retrieved from <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-53482513>
- Zhang, K. Z., & Xu, H. (2018). Retrieved from Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Haiqin-Xu/publication/324507652_Online_reviews_and_impulse_buying_behavior_or_the_role_of_browsing_and_impulsiveness/links/5d888fc5299bf1996f94316d/Online-reviews-and-impulse-buying-behavior-the-role-of-browsing-and-impul