DAFTAR PUSTAKA

Aji, R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, *1*(1).

Arsyath, F. A., Santoso, B., & Sos, S. (2023). *Pengaruh Konten Marketing@ haus. indonesia Di Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Augustinah[1], F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang.

Ardiana, P., Anggraini, I. H. F., Azmi, D. M. A., & Noviyani, R. E. (2023). Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Kecantikan. *JBC: Journal of Beauty and Cosmetology*, *5*(1), 13-20.

Aladwani, A. M. (2017). Compatible quality of social media content: Conceptualization, measurement, and affordances. *International Journal of Information Management*, *37*(6), 576-582.

Bachriansyah, R. A., & Ferdinand, A. T. (2011). *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Coles, Linda (2015). *Marketing With Social Media : 10 Steps to Succces For Business*. Tersedia dalam Wiley.com

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Darmawan, D., Hariani, M., Irfan, M., & Putra, A. R. (2020). Minat Menggunakan Jasa Penyeberangan Kapal Feri Rute Ujung–Kamal di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Baruna Horizon*, *3*(2), 242-250.

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. T. (2006). *"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Ferdinand, A. T. (2012). *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Fitria, Eva. (2018). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat).* Jurnal Ecibismaa Universitas Labuhanbaru. Vol 5 No 2.

Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi TikTok. *Dynamic Management Journal*, *7*(1), 71-88.

Khan, A. A., Arsalan, S. M., & Abbas, S. O. (2025). TikTok Consumption and its Impact on Islamic Societies. *Insights: Journal of Humanities and Media Studies Review*, *2*(1)

Maulana Indra, & Alwi. (2022). Peran Pengguna *Search Engine Optimization* dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli E-Commerce Elevania Pada Mahasiswa Kabupaten Purwakarta. E-QIEN. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9 No. 2.

McPheat, S. (2011). *Content Marketing*. London: MTD Training & Ventus Publishing.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.

MS, D., Miranti, A., Setiawan, T., & Aji, A. B. (2019). MEDIA BARU DAN INFORMASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA PADA DUTA KB DI KOTA SURAKARTA: SEBUAH ANALISIS INTERAKSIONALIME SIMBOLIK. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, *1*(01), 39-49.

NAURA, V. D. (2025). *PENGARUH KONTEN SOSIAL MEDIA TIKTOK PARAGON BEAUTY ACADEMY PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGIKUTI BEAUTY CLASS (Survei Kepada Followers TikTok@ paragonbeautyacademy)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).

Rambe, R., Ardianti, H., & Amanda, N. P. (2023). PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA MODERN. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, *1*(10), 21-30.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, *3*(2), 69.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.

Saida Zainurossalamia, Z. A., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D. C., & Achmad, G. N. *Storytelling Marketing, Content Marketing, and Social Media Marketing on the Purchasing Decision.*

Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management analysis journal*, *5*(4).

Purnama, S. N. (2025). PENGARUH TAYANGAN KONTEN TIKTOK AFFILIATE@ inikiranaaa_ TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS* PADA PRODUK FASHION.

Windahl, S. (1979). *Uses and Effects*: A Paradigm Outlined. Dalam K. E. Rosengren (Ed.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives* (hlm. 123–132). Beverly Hills, CA: Sage Publications.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang-/0/berita_satker di akses pada 27 Februari 2024 pukul 16.33 WIB

https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang di akses pada 2 Maret 2024 pukul 10.00 WIB

https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia di akses pada 28 April 2024 pukul 06.33 WIB

https://hypeauditor.com/free-tools/tiktok-engagement-calculator/ di akses pada 28 April 2024 pukul 08.22 WIB