

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Ahmad Syauqi, Fauzi Arif Lubis, A. (2022). *Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(4), 734–749.
- Arrofi, A., & Hasfi, N. (2019). *Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok*. *Interaksi Online*, 7(3), 1–6.
- Chotijah Fanaqi. (2021). *TikTok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)*. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 221–232.
- Halaweh, M. (n.d.). *Niat untuk Mengadopsi Cash On Delivery (COD) Model Pembayaran untuk Transaksi E-Commerce*, Studi Empiris.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode* (C. Rahayu, Sri (ed.); Pertma). Hidayatul Quran Kuningan.
- Ilmu, J., Jisip, P., & Salsabila, S. (2023). *Prospek Pelarangan Cash On Delivery (COD) Sebagai Sistem Pembayaran alam Perdagangan Secara Elektronik 962 / Prospek Pelarangan Cash On Delivery (COD) Sebagai Sistem Pembayaran Dalam Pergerakan dari perubahan transaksi perdagangan melalui sistem elekt. 7(2), 962–978.*
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). *Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion The*

effect of free shipping promotion and online customer rating on the purchase decision of fashion product. 12(2), 288–298.

Julia, S., & K, K. (2023). *Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.* Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 5, 61–66.

Kotler, Philip & Keller, Lane, K. (2016). *Marketing Management Edisi 15.* Global Edition: Pearson.

Kotler, Philip, G. A. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Edisi Kede). Salemba Empat.

Kotler, Philip & Keller, Lane, K. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1* (W. Maulana, Adi & Hardani (ed.); 13th ed.). Erlangga.

Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium.* PT Prehalindo.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran. Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1* (W. Maulana, Adi & Hardani (ed.); 13th ed.). Erlangga.

Lamb Jr, Hair Jr, M. D. (2013). *Pemasaran.* Salemba Empat.

Marpaung, I. (2022). *Pengaruh Iklan , Sistem Cod , Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara).* Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT, Vol. 9(3), hlm. 1477-1491.

Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistika: Implementasi Metode Regresi Linier berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (M. Susaanto, Ady (ed.)). CV. Pradina Pustaka Grup.

Nurrahmah, Arfatin, Febri Rismmaningsih, Hernaeny, Ulfah, Hernaeny, Linda Pratiwi, Wahyudin, Abdul, Rukyati, Yati, Fitri, A, Lusiani, Riaddin, Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika 1* (S. Haryanti (ed.); pertama). Media Sains Indonesia.

Pasigai, M. A. (2009). *Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.* Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan,

I(1), 51–56.

Phopulix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*.
[<https://info.populix.co/>]

Reza Alfarozi Ritonga, & Taufiq Risal. (2023). *Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama)*. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 73–91.

Rhenlad, K. (1995). *Manajemen Periklanan*. PT Pustaka Utama Grafitti.

Sadya, S. (2023). *Pengguna Tiktok Terbesar Kedua didunia pada awal 2023*.
DataIndonesia.Id. [<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>]

Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.

Sari, N. (2019). *Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon dan iklan shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa jurusan manajemen*.

Seminar, P., & Statistika, N. (2011). *Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal Atau Skala Interval 1* Sulyanto 1. Fakultas Ekonomi, 978–979.

Shinta Agustina. (2011). *Manajmen Pemasaran*. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1). Elektronik Pertama dan Terbesar di Indoesia.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS (Pertama)*. Kencana.

Siyoto, Sandu & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); Perama). Literasi Media Publishing.

Suasapha, A. H. (2020). *Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik*. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1),

26–37.

- Sufa, F., & Munas, B. (2012). *Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip , Tembalang)*. 1, 1–8.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodo Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pendidikan* (Y. Abdulloh (ed.); pertama). Cv. Sarnu Untung.
- Syahputra, R. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan*. Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 6(2), 83–88.
- Titasari, S., Basalamah, M. Ri., & Sugiarti, R. T. (2023). *Pengaruh Pembayaran Cash On Delivery (COD), Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA)*. Jurnal Riset, 12(01), 510–518.
- Untuk, D., Syarat, M., Sarjana, G., Komunikasi, I., Program, P., Ilmu, S., Islam, U., Agung, S., & Zulfah, S. (2022). *Skintific Melalui Fitur Tiktok Shop Pembelian Pada Konsumen Di Kota Semarang*. Islam Sultan Agung.
- wikipedia. (2022). *TIKTOK*. [<https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>]
- Wiryanan, I. W. G. (2021). *Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)*. 187–202.