

DAFTAR PUSTAKA

- A, Fatmawati Nurul., Soliha, Euis. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 10 ,no 1. <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/5134/3288>
- Aggarwal, S. S. (2009). Brand Ambassadors and their Impact on Consumer Behavior: A Case Study of Mobile Companies in India. *Indian Journal of Marketing*, 39(12), 3–8.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Aldoko, D., Suharyono, & Yuliyanto. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian terhadap Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40, 17–23.
- Alfitroch, U. A. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (WARGA RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang).
- Alma H. Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amalia, R.D., Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E- Commerce Shopee) Universitas Telkom. *e-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571-579
- Anggiani S. (2018). *Kewirausahaan: Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan* Edisi Kedua. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Asmuni, et al. (2020). Implementation of the principle of sale and purchase transactions through MLM in Brand Branch (BC) PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Tanjungbalai. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* Volume 3, No. 4, Page: 3376-3385

- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Chao R. F; Liao P. C. (2016). The Impact of Brand Image and Discounted Price on Purchase Intention in Outlet Mall: Consumer Attitude as Mediator. *The Journal of Global Business Management*, 12(1), 119-128
- Conney Stephanie, "Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya", <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 11.19
- Dewi, S., Permata, L. G., Natasya, E., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Ependi, H., & Pahlevi, R. W. (2021). Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Produk Online Shop Shopee Dan Faktor Penentunya. *Journal Competency of Business*, 5(1), 118-135.
- Fandy *Tjiptono*. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ingsiyah, H., Haribowo, P. & Nurkhayati, I. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada Pt. Pupuk Sriwidjaja Palembang, Pusri Pemasaran Daerah (Ppd) Jawa Tengah. *Admisi Dan Bisnis*, 20(1), 83. <https://doi.org/10.32497/ab.v20i1.1428>
- Fauzan, M. I., & Sujana, S. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 1-14.
- Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning and Strategy*. Pasuruan Jatim: Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran produk dan merek : planning pasuruan*: Qiara Media

- Firunnikah, S. (2023). *PENGARUH PROGRAM GRATIS ONGKIR DAN FLASH SALE TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI PENGGUNA TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Gine, Kumpulan Produk Viral di TikTok Shop 2021, Minat Beli?, <https://ginee.com/id/insights/produk-viral-tiktok-shop-2021/>,
- Ginting S. S. Br. (2019). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu). Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan
- Habibah, H. (2020). Analisis Strategi Potongan Harga (Diskon) untuk Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mezora Cabang Pamekasan (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Madura).
- Hasibuan, Z., & Ramadhani, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk Pada Fitur Tiktok Shop (Study Pada Pelanggan Tiktok Shop Dikalangan Mahasiswa/I Medan). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 19158-19171.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- Kertamukti, R. (2019). Strategi Kreatif dalam Periklanan. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P. Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (Global)*. Pearson
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kumala, N. W., Nurhidayah, & Novianto, A. S. (2019). Pengaruh Metode Pembayaran, Discount, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan

- Pembelian Scarlett Di TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12, 2319-2327.
- Kumala, N. W., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran, Discount, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Di TikTok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Lea-Greenwood, G. (2012). Fashion Marketing Communications Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Maghfi, P. (2021). Analisis Pola Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Penghuni Kos Putri Ponorogo). *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2(2), 185-198.
- Marpaung, I., & Lubis, F. (2022). PENGARUH IKLAN, SISTEM COD, DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOKSHOP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UIN SUMATERA UTARA). *JURNAL ILMIAH MANAGEMENT BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 9, 1477-1491.
- Maulana H. A., Asra Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis* 7 (2019) 162-165.
- Mudzakir, F. (2018). the Influence of Brand Ambassador Usage Toward Brand Image of Oppo. Industrial Research Workshop and National Seminar, 648–655.
<https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/download/1109/91>
- Muhammad, D., & Muhammad, H. (2018). Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(2), 101-11.

- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Purnama, L. W., & Novitasari, D. (2022). Brand Image pemediasi pengaruh Advertising dan Brand Ambassador idol k-pop pada Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 418-435.
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). Brawijaya University.
- Rahayu H. D., Yosepha S. Y. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hevit-C 500 Mg pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Hexpharm Jaya. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 1-8
- Ramadhan, K., Ramadhan, R. R., & Hardilawati, W. L. (2023, October). Pengaruh Gratis Ongkir, Discount, Dan Pembayaran Cash On Delivery (Cod) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop Di Universitas Muhammadiyah Riau). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 588-601).
- Ramadhanty, G. P. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Penggemar Boyband EXO sebagai Brand Ambassador Nature Republic)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Rosmaniar A, Wandoyo R, Kusuma A, Sanjaya V. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Diskon, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Swalayan Chandra Lampung). *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 107-113
- Rossiter, J.R., & Percy, L. (1997). *Advertising Communications & Promotion Management* (2nd ed.). New York: The McGraw-Hill Companies, Inc

- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
- Sa’adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.176>
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari V N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. 1–35.
- Sari, P., Palah, J. M., & Ambarwati, P. (2023). Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tiktok Shop: Daya Tarik Konten, Gratis Ongkos Kirim dan Harga Flash Sale sebagai Pemicu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01), 85-100.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kebijakan*. cetakan ke-2, Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian Kuantitatif*. cetakan ke-1, Alfabeta: Bandung
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021, October). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, pp. 632-639).
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *FORUM EKONOMI*, 632-639.
- Wahyudi S. (2017). Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valut*. 3(2), 276-289.

- Yelta, R. K., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 929-944.
- Yuni, L. R., Broto, B. E., & Simanjorang, E. F. (2023). Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Gratis Ongkir Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. 8, 387-400.