

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- [Anshori, M. & S. Iswati. \(2017\). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press.](#)
- Brown Duncan & Hayes, Nick. 2014. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK: Elsevier Ltd.
- Clow, K. E., Baack, D. (2013). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications* (4th ed. p. 82, 230). USA: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design* (4th ed.). USA: SAGE.
- Eadie, W. F. (2012). *21st Century Communication A Reference Handbook* (Vol.1&2 p. 87-287, 220, 223-226). USA: SAGE.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic Brand Management* (p. 230). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (11th ed. p. 129). USA: Pearson.
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles And Practice* (9th ed. . 131, 133, 134-149, 179, 324). USA: Pearson.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods Qualitative And Quantitative Approaches* (7th ed. p. 316, 320). USA: Pearson
- Peter, J. P., Olson, J.C. (2013). *Consumer Behavior & Strategy Marketing* (9th ed. p. 5, 5-9). New York: McGraw-Hill.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (10th ed. p. 23, 23- 26). USA: Pearson.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Rev. ed. p. 3, 10, 178). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2014). *Integrated Marketing Communication In Advertising And Promotion* (Int ed. p. 21). South Western: Cengage Learning.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenamedia
- Smith, P. R, Zook, Ze. (2011). *Marketing Communication Integrating Offline And Online With Social Media* (5th ed. p. 4, 9, 15, 120, 121-122, 122, 123, 283). United Kingdom:

Kogan Page.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed. p. 391). Yogyakarta: Andi Offset.

Wertime, K., Fenwick, I. (2008). Digimarketing The Essential Guide To New Media & Digital Marketing (p. 30-31, 52,52-53, 87-287). Singapore: John Willey & Sons.

Wrench, J. (2013). Quantitative Research Method. USA

Coolican, Hugh. (2013). Research Method And Statistic In Psychology. New York: Routledge.

Jurnal:

Adesya, M. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (*The Presensce of TikTok in the Pandemic*). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3633854

Deru, R. I & Cindy, J. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat beli Konsumen. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/296>

Galang, T. (2021). Pengaruh Youtube *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada *viewers* Youtube Wardah Channel Suhay Salim). <http://repository.stei.ac.id/4329/>

Hariyanti, T. N & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Modern (Sebuah Studi Literatur). Jurnal EKSEKUTIF (Vol. 5, No. 1 Juni 2018: 141).

Isnaini, S. (2014). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Indonesia. http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/06_santi_%20Kewirausahaan%20MKP_.pdf

Okviosa & Audhiandra, N. R (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Pada Konten Video Dengan Hashtag *#shopeehaul* di Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millenial. <http://repository.uph.edu/17062/>

Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). <http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1547/MANFAAT-PENGGUNAAN-MEDIA-SOSIAL-PADA-USAHA-KECIL-MENENGAH-UKM>

Sofia, A. Adiyanti, M.G. 2013. Hubungan Pola Asuh Otoratif Orang Tua dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral. http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/jpp/article/download/7760/pdf_6.

Berita Online:

Analisa.io

Bella, A. (2018). Stephanie Lie Kenalkan Tiga Karakter Konsumen Make Up.

<http://marketeers.com/stephanie-lie-kenalkan-tiga-karakter-konsumen-make/>

Badan Pusat Statistik. (2016). Kota Tangerang Selatan Dalam Angka. Diunduh pada tanggal

8 Februari 2021 dari

[https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/DALAM%2520ANGKA%2520KAB-](https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/DALAM%2520ANGKA%2520KAB-KOTA/KOTA%2520TANGSEL/Kota-Tangerang-Selatan-Dalam-Angka-2016.pdf&ved=2ahUKEwiPmO3w5JDZAhWBQo8KHRZiAaEQFjAGegQIDhAB&usg=AOvVaw0u3jaJe0DnG-QSXHdqF-J3)

[KOTA/KOTA%2520TANGSEL/Kota-Tangerang-Selatan-Dalam-Angka-](https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/DALAM%2520ANGKA%2520KAB-KOTA/KOTA%2520TANGSEL/Kota-Tangerang-Selatan-Dalam-Angka-2016.pdf&ved=2ahUKEwiPmO3w5JDZAhWBQo8KHRZiAaEQFjAGegQIDhAB&usg=AOvVaw0u3jaJe0DnG-QSXHdqF-J3)

[2016.pdf&ved=2ahUKEwiPmO3w5JDZAhWBQo8KHRZiAaEQFjAGeg](https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/DALAM%2520ANGKA%2520KAB-KOTA/KOTA%2520TANGSEL/Kota-Tangerang-Selatan-Dalam-Angka-2016.pdf&ved=2ahUKEwiPmO3w5JDZAhWBQo8KHRZiAaEQFjAGegQIDhAB&usg=AOvVaw0u3jaJe0DnG-QSXHdqF-J3)

[QIDhAB&usg=AOvVaw0u3jaJe0DnG-QSXHdqF-J3](https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/DALAM%2520ANGKA%2520KAB-KOTA/KOTA%2520TANGSEL/Kota-Tangerang-Selatan-Dalam-Angka-2016.pdf&ved=2ahUKEwiPmO3w5JDZAhWBQo8KHRZiAaEQFjAGegQIDhAB&usg=AOvVaw0u3jaJe0DnG-QSXHdqF-J3)

Creatoracademy.youtube.com. (2017). Aplikasi Youtube Untuk Anak

[https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/kidsapp?hl=id#strategies-zippy-link-](https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/kidsapp?hl=id#strategies-zippy-link-8)

[8](https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/kidsapp?hl=id#strategies-zippy-link-8)

Eka, R. (2016). Survei: Masyarakat Indonesia Makin Selektif Berbelanja Berkat E-

Commerce. [https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-](https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-berbelanja-berkat-e-commerce/)

[berbelanja-berkat-e-commerce/](https://dailysocial.id/post/survei-masyarakat-indonesia-makin-selektif-berbelanja-berkat-e-commerce/)

Intan, R. (2020). Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y.

[https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-](https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y)

[didominasi-generasi-z-dan-y](https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y)

Kusuma, P. W. (2020). Di Balik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia,

<https://tekno.kompas.com/read/2020>

Luxcrime.com

Pratama, A. H. (2017). Perkembangan Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2016 Terbesar

Di Dunia. [https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-](https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016)

[tahun-2016](https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016)

Solechah, I. N. (2018). Iklan Digital VS Iklan Konvensional.

<https://www.herosoftmedia.co.id/iklan-digital-vs-iklan-konvensional/>