

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Dwinanda, B., Syaripuddin, F. A., Hudaifi, , & Hendriana, E. (2022). Examining the Extended Advertising Value Model: A Case of TikTok Short Video Ads. *Mediterranean Journal of Social & Behavioral Research*, 6(2), 35–44.
<https://doi.org/10.30935/mjosbr/11820>
- Edriasa, A. T. (2022). *Purchase Intention Short Video Marketing Tiktok : Studi Pada Boy Group BTS Tokopedia*. 12(1), 27–40.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN*. 8(1), 37–44.
- Kang, L. (2023). *Research on the Influence Mechanism of Vibrating Short Video on Young People 's Consumption Behavior*. 3, 1–5.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram@Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(1), 39-50.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi

pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.

Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.

Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening: Studi Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 97-111.

Liu, G., Attitude, B., & Perception, B. (2019). Video Marketing on Consumer Brand Attitude. *Social Science Education and Humanities*, 336(Icsshe 19), 784–789.

Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prilaku Konsumtif. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 38–54.

Mufidah, H. B., Alfianistiawati, R., Dionchi, P. H. P., & Fatanti, M. N. (2022). Digital Creative Promotion Melalui Pembuatan Video Pendek Sebagai Strategi Promosi Kampung Sejarah “Kayutangan Heritage” Kota Malang. *Surya Abdimas*, 6(2), 311-323.

Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar. *JUMPA*, 8(2), 741-773.

Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen *Jurnal Manajemen Pendidikan ...*, 3(2), 660–669. <https://www.dinastirev.org/JMPIS/article/view/1128%0Ahttps://www.dinastirev.org/JMPIS/article/download/1128/692>

Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A.-, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>

Ripai, I. (2013). Analisis Pertandingan Antara Facebook Ads dengan TikTok Ads terhadap Perkembangan Bisnis Penjualan Online di Era Digital. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Salsabila, H. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 722-732.

Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2),

82-89.

Sriyanto, A. (2012). Brand ambassador. *Ekonomika Dan Manajemen*, 2(2), 2–4.

Sriyanto, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Financial Marketing Operational Human Resources*, 1(02).

Sun, Y. (2023). *Study of Tencent 's Development Strategy under Covid-19*. 3, 80–85.

Tangka, G. C., & Dotulong, L. O. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 383-392.

Utami, S. M., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2022). *Analysis Of Short Video Marketing And Brand Perception On Buying Interest (Survey On Tiktok Account Followers @ Vivo _ Indonesia) Analisis Short Video Marketing Dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengikut Akun Tiktok @ Vivo _ Indonesia*. 3(June), 1655–1660.

Xiao, Y., Wang, L., & Wang, P. (2019). Research on the Influence of Content Features of Short Video Marketing on Consumer purchase intentions. *Social Science Education and Humanities*, 351(Mmetss), 415–422.
<https://doi.org/10.2991/mmetss-19.2019.82>

