

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, Z., & Siregar, O. M. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Store Atmosphere Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen pada Cafe Taman Selfie Binjai. *E-Proceeding Senriabdi*, 1(1), 417–433.
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.542>
- Assauri, S. (2023). *Marketing Management (Basics, Concepts & Strategies)* (2nd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Effendi, N. I., Yusranto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Get Press.
- Carbella, G., & Firdausy, C. M. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Pelanggan Skintific di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 352–362. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29838>
- Cullen, Z., Lee, A., Davidson, B., Hancock, J., & Ellison, N. (2025). Not Just “For You”: How the Algorithmic Crystal Mediates Communication and Identity Work on TikTok’s FYP. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 9(2), 1–27. <https://doi.org/10.1145/3757636>
- Datareportal. (2023). *Digital 2023*. Datareportal Digital Publisher.
- Deighton, J., & Kornfeld, L. (2022). The Routledge Handbook of Digital Consumption Chapter 41: The Internet’s Effects on Consumption: Useful, Harmful, Playful. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 121–154.
- Evans, D., Bratton, S., & McKee, J. (2023). *Social Media Marketing*. AG Printing & Publishing. <https://doi.org/10.69645/cinz1775>
- Firdiansyah, A. (2022). Memahami *Social Media Marketing*, dari Pengertian Sampai Strateginya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 121–154.
- Gofaroh, L., & Suwarsi, S. (2022). Pengaruh Knowledge Sharing dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Prosiding Manajemen*, 5(2), 121–154.
- Grant, S. B. (2022). Solving The Agency Problem Via a Networked Supplier *Social Media Platform*. *Knowledge and Process Management*, 29(4), 358–370. <https://doi.org/10.1002/kpm.1728>

- Gunelius, S. (2021). *Using Taglines to Build Stronger Brands-Part 4*. AYTM Publisher.
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hutasoit, H. E. L., & Hidayat, A. (2025). Pembuatan Konten TikTok Terhadap Brand Awareness Voir Studio Dengan Menggunakan TikTok Analytics. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 212–286.
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 112–123.
- Kautsar, S. N., & Hanif, I. F. (2024). Analisis Sentimen Tanggapan Masyarakat Terhadap Penutupan TikTok Shop di Indonesia Pada Platfrom Media Sosial TikTok. *Jurnal ICT: Information Communication & Technology*, 24(1), 121–154.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B Firms. In *Handbook of Business-to-Business Marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800376878.00021>
- Konka, R., & Kurani, P. (2025). Color, Sentiment, and Structure: A Comparative Study of Instagram Marketing Across Economies. *Jurnal Dwarkas*, 5(2), 121–154. <http://arxiv.org/abs/2512.18310>
- Konstantoulaki, K., Rizomyliotis, I., Lionakis, K., & Chen, Y. (2022). On the Determinants of Online Short Videos' Effectiveness Relative to Parents' Attitudes, Behavioural Intentions and Consideration of Alternatives. *Review of Marketing Science*, 20(1), 63–82. <https://doi.org/10.1515/roms-2021-0063>
- Manca, S. (2024). Digital Holocaust Memory on *Social Media*: How Italian Holocaust Museums and Memorials use Digital Ecosystems for Educational and Remembrance Practice. *International Journal of Heritage Studies*, 28(10), 306–312. <https://doi.org/10.1080/13527258.2022.2131879>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9(2), 121–154. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus Pada PT. AA Mapan Perkasa Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 7(4), 625–634.

- Nasution, R., Nasution, Z., & Fitri Nasution, M. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Wilda Collection Rantauprapat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 5(1), 115–121. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.484>
- Opara, B. C., & Harry, A. H. (2020). *Social Media Marketing and Customer Value Creation of Fashion Design Companies in Port Harcourt*. Rivers State University.
- Poluan, J., & Karuntu, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Ekonomi*, 10(1), 1.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2021). *Digital Marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019).
- Putri, A. S., & Nuhayati, S. (2024). Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 10–15.
- Schweidel, D. A., Bart, Y., Inman, J. J., Stephen, A. T., Libai, B., Andrews, M., Rosario, A. B., Chae, I., Chen, Z., Kupor, D., Longoni, C., & Thomaz, F. (2022). How Consumer Digital Signals are Reshaping The Customer Journey. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(6), 1257–1276. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00839-w>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafii Bimbel Tanggeran. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 121–154. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sudirman, & Hastuti, S. W. M. (2021). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Lembaga Pendidikan LP31 Kota Kediri. *Otonomi*, 21(2), 6.
- Sugeng, A. S. P., & Chusjairi, J. A. (2022). Digital Marketing Through Instagram Ads: A Case Study of “Instabooost Life” Instagram . *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 2(2), 47–56. <https://doi.org/10.31098/ijebce.v2i2.941>
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Suhartini, S., Haeril, H., Lely, A., Awaluddin, A., Muhammad Isra, I., Mustafa, M., Fitriani, L., Mutiarini, M., Fakhruddin, K., & Billy, L. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa. In *Book Chapter* (Issue February). Lajagoe Pustaka.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.

- Terral, A., & Mintardjo, C. (2023). *Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS 4.0 untuk Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing*. Sage Publications. <https://doi.org/10.69645/cinz1775>
- Vidyastuti, H. A. (2024). Analisis Content Marketing Pada TikTok Berdasarkan Persepsi Buyer. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(3), 218–231.
- Wang, Y., Feng, W., & Dezheng. (2022). Identity Performance and Self-Branding in Social Commerce: A Multimodal Content Analysis Of Chinese Wanghong Women's Video-Sharing Practice on TikTok. *Discourse, Context & Media*, 50(5), 100652. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100652>

RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Resti Nuraeni

Alamat : Jl. Kebon Kawung, Nanggerang, RT/RW.03/04,
Cicurug, Sukabumi

Tempat Tanggal Lahir : Sukabumi, 17 Oktober 2003

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SDN Kebon Kawung
- SMP : MTS Al - Amin
- SMK : SMK Nunasa
- Universitas : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2026

Peneliti,

(Resti Nuraeni)