

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*, Jakarta: BPS (2022).
- Berman dan Evans, *Retail Management: A Strategic Approach* (New York: Macmillan, 2015), 45.
- Chakti, *The Book of Digital Marketing* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2014), 16.
- Giovani, Alvin. "Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram (Selebgram) Terhadap Minat Beli Online Konsumen", *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 12, No. 2 (2023).
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>.
- Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).
- Kinnear dan Taylor, *Riset Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2014).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2017).
- Lestari, Erika Desi. "Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial* 1, No. 2 (2021).
- Lie, Changhan. "Factors Influencing Consumers Purchase Intention Throught Tiktok Of Changsha, China Residents", *Jurnal Interdisciplinary Research* 6, No. 2 (2021).
- Mahmudah, Riva Atul. "Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen", *Jurnal JOM Fisip* 5, No. 1 (2021).
- Marshely, Amila. "Pengaruh Penggunaan Promosi Online Dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen", *Jurnal Kalianda* 4, No. 2 (2022).
- Martini, Luh Kadek Putri. "Pengaruh Media Promosi Tik Tok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", *Jurnal Publikasi Universitas Triatma Mulya* 1, No. 2 (2021).
- Musnaini, *Digital Marketing* (Pekanbaru: Pena Persada, 2015).
- Olivia, Sindi. "Pengaruh Promosi (Endorse) Selebgram terhadap Minat Beli Konsumen di Era Digital" *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 1, 2 (2019).