

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hasan, M. Iqbal. (2002) *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy an Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page Limited.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama..

Moleong, L.J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2000). *Imu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yunus, Hadi Sabari. (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Yusuf, A. M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta:

Kencana.

Skripsi dan Jurnal

Beatty S, E. (1998). *Impulse Buying: Modeling its precursors. Journal of retailing*, 74(2), 169-191.

Huda, M. N. (2013). *Komunikasi Pendidikan, (Teori dan Aplikasi Komunikasi dalam Pembelajaran)*. Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.

Nurmuhammad, R. & Pamungkas, A. N. I. (2020). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile PT. Agate International. *E-Proceeding of Management*, 7(1), (ISSN: 2355-9357).

Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw Hill Education.

Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal Of Consumer Research*, 14(2), 189-199.

Shafira, S. (2022). *Impulsive Buying Behavior pada Konsumen Online (Studi Fenomenologi pada Pengguna Aplikasi (Shopee)*. Skripsi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Sidauruk, N. K. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Baru Oleh Bigissimo di Masa Pandemi*. Skripsi I Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Santana, A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada PT. Brand X di Jakarta. *Jurnal Manajemen*

Internet

Tiktok.com. (2023). <https://shop.tiktok.com>

Pusdiklat Bea dan Cukai. (2023), *Komunikasi Intrapersonal Sebagai Pondasi Komunikasi Interpersonal.*

