

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Riofita, Mg. Rifky, L.Raudatul Salamah, R. Asrita, S. Nurzanah, and U. Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital, *J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 21–26, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.62017/jemb>
- [2] Y. Awanda Harahap and H. Sajali, Digital Marketing Tiktok Affiliate pada Pemasaran Produk Fashion, *Ranah Res. J. Multidiscip. Res. Dev.*, vol. 6, no. 5, pp. 1733–1743, 2024, doi: 10.38035/rrj.v6i5.1003.
- [3] R. D. Erfiati and Y. Helfi, Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate, *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 4, pp. 3400–3412, 2023.
- [4] A. I. Efendi, S. Deli Imanuel Dudung, and E. Sudriyanto, Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Angkutan Umum Menggunakan Pemodelan Partial Least Squares (Pls-Sem), *J. Penelit. Sekol. Tinggi Transp. Darat*, vol. 14, no. 2, pp. 96–107, 2024, doi: 10.55511/jpsttd.v14i2.657.
- [5] R. Z. Atma and Istiyanto B, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi, *Mabha J.*, vol. 3, no. 2, pp. 104–128, 2022, doi: 10.55123/mamen.v3i4.4259.
- [6] Z. Anas and L. N. Aini, Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Warung Asela Kabupaten Sampang) Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf), subsektor kuliner menyumbang Rp 455 , , no. 5, pp. 1–16, 2024.
- [7] A. Jaya, J. Lintang, C. J. Mongan, and J. E. Munda, Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Nilai Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen Shopee), *J. Mark. Manag. Innov. Bus. Rev.*, vol. 01, no. 1,

- pp. 25–34, 2023,[Online].Available: <https://ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/170>
- [8] A. A. Asshidqi and N. Yuliana, Pengaruh Tiktok Shop terhadap UMKM lokal, *J. Penelit. Ilmu-Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 5, pp. 149–156, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10280058>
- [9] Fahrulroji Rahman and Siti Sarah, Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktok Shop Pada Pengguna Aplikasi Tiktok, *JEMSI (Jurnal Ekon. Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 10, no. 3, pp. 2041–2049, 2024, doi: 10.35870/jemsi.v10i3.2505.
- [10] M. Sutandi *et al.*, Analisis peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal), *Dinasti Rev.*, vol. 5, no. 3, pp. 197–207, 2024, [Online]. Available: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- [11] I. Ash Shiddiqy and F. A. Faradila, Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Buying Interest (Studi pada Konsumen Produk Skintific), *Rimba*, vol. 2, no. 1, pp. 159–169, 2024.
- [12] L. Azizah, J. Gunawan, and P. Sinansari, Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia, *J. Tek. ITS*, vol. 10, no. 2, 2021, doi: 10.12962/j23373539.v10i2.73923.
- [13] Z. Ardian, F. Alfatir, F. Nisa, and N. S. Nurfebruary, Perancangan Video Wisata Desa Dan Potensi Unggulan Di Desa Padang Sakti Lhokseumawe Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Desa Village Tourism Video Designing and Superior Potential in Padang Sakti Village Lhokseumawe As an Effort To Improve Village Promotion, *J. Informatics Comput. Sci.*, vol. 9, no. 2, pp. 156–160, 2023.
- [14] E. F. Pega, Pengaruh Kualitas Layanan Website, Persepsi Harga Dan

- Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce ..., 2021, [Online]. Available: <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1537>
- [15] NR Widodo, Pengaruh Kualitas Konten, Motif Hedonisme, Dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap Intensi Pembelian Produk Oleh Generasi Z Pada Sociolla, pp. 9–28, 2022.
 - [16] Najib Muhammad Iqbal and Muhammad Hamdi, Tinjauan Hukum Fiqih Muamalah Terhadap Sistem Komisi dalam Program Tiktok Affiliate, *Al-Kharaj J. Ekon. Keuangan. Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 8, pp. 6006–6015, 2024, doi: 10.47467/alkharaj.v6i8.4362.
 - [17] M. S. Sholeh and R. B. Jakaria, Partial Least Square In Analyzing The Influence Of Service Quality, Facilities And Price On Customer, *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–6, 2021, doi: 10.21070/pels.v1i2.1032.
 - [18] S. Yurinanda, S. Rozi, and S. Sarmada, Analisis Model Kepuasan Civitas Akademika Terhadap Pelayanan Perpustakaan Di Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Jambi Dengan Metode Structural Equation Modeling (Sem), *J. Lebesgue J. Ilm. Pendidik. Mat. Mat. dan Stat.*, vol. 4, no. 3, pp. 1532–1542, 2023, doi: 10.46306/lb.v4i3.434.
 - [19] M. R. H. Rozan and Nurizal Ismail, Penerapan Metode PLS SEM dalam Menganalisis Factor- Factor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap CWLS, *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 9, pp. 3838–3850, 2024, doi: 10.47467/elmal.v5i9.2672.
 - [20] P. R. Sihombing and A. M. Arsani, *Aplikasi STATA untuk Statistisi Pemula*, no. Februari. 2022.
 - [21] R. A. Setyawan and W. F. Atapukan, Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert, *Compiler*, vol. 7, no. 1, pp. 54–61, 2018, doi: 10.28989/compiler.v7i1.254.
 - [22] A. Zalukhu, P. Swingly, and D. Darma, Perangkat Lunak Aplikasi Pembelajaran Flowchart, *J. Teknol. Inf. dan Ind.*, vol. 4, no. 1, pp. 61–70,

- 2023, [Online]. Available:
<https://ejurnal.istp.ac.id/index.php/jtii/article/view/351>
- [23] M. S. Ummah, Title, *Sustain.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2019, [Online]. Available:
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [25] Budhi, Sudjana (2018). Analisis Statistik Multivariate Dengan Aplikasi SEM PLS Smartpls 3.2.6. Expert. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/222147/analisis-statistik-multivariate-dengan-aplikasi-sem-pls-smartpls-3-2-6>
- [26] Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models. Statistical Publishing Associates. https://www.smartpls.com/resources/ebook_on_pls-sem.pdf
- [27] Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT Inkubator Penulis Indonesia. https://lib-pasca.unpak.ac.id/index.php?p=show_detail&id=14946
- [28] Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. PT. Intermedia Personalia Utama. https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12640/e%20book_k_3in1.pdf?sequence=11&isAllowed=y
- [29] Santoso, A. D., & Rahardjo, D. S. (2021). PLS dan GeSCA dalam Analisis Kuantitatif. Kepel Press. <https://www.scribd.com/document/625856396/FIX-Buku-PLS-Dan-GeSCAM-Dlm-Analisis-Kuantitatif-2021-Penulis2-Dwi-Sihono-Raharjo>

- [30] Savitri, C., Faddila, S. P., Irmawartini, Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., Mulyani, S. R., Sihombing, P. R., Kismawadi, E. R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Astuti, Y., Adinugroho, W. C., Imanuddin, R., Kristia, Nuraini, A., & Siregar, M. T. (2021). Statistik Multivariat dalam Riset. Widina Bhakti Persada Bandung. https://www.researchgate.net/profile/Wahyu-Adinugroho/publication/358087928_Statistik_Multivariat_Dalam_Riset/links/61ef5d9b5779d35951d15cf1/Statistik-Multivariat-Dalam-Riset.pdf
- [32] Wiyono, G. (2020). *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis spss 25 & smartpls 3.2.8* (Yogyakarta). UPP STIM YKPN. [//pustaka.kemdikbud.go.id/index.php/show_detail?id=48846&keywords](http://pustaka.kemdikbud.go.id/index.php/show_detail?id=48846&keywords)