

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ariyanto, A., et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Cen, C. C. (2023). *Pengantar Manajemen*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chin, J., et al. (2025). *Manajemen Modern: Pendekatan Terintegrasi untuk Organisasi*. Jambi: PT. Nawala Gama Education.
- Darna, N., et al. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Fahmi, M., Yuliani, & Lidiana. (2026). *Pengantar Manajemen*. Padang: CV. Nusantara Press Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson Education.
- M. Yusuf, et al. (2023). *Teori Manajemen*. Sumatera Barat: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Musnaini, et al. (2020). *Digital Marketing*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Pangesthi, L. T. (2022). *Pengantar Manajemen*. Penerbit Universitas Negeri Surabaya.
- Pratama, R. A. (2022). *Strategi Pemasaran Konten di Era Digital*. Bandung: Media Aksara.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sofyan, S., et al. (2022). *Dasar-Dasar Ilmu Manajemen*. CV. Pilar Nusantara.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2025). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Zulkifli, Z. (2020). *Manajemen Organisasi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Artikel / Jurnal

- Agisni, S., & Sucipto, B. (2026). Pengaruh Penggunaan TikTok *Live Shopping* dan Strategi Promosi Digital terhadap Keterlibatan Konsumen di Desa Panenjoan, Kecamatan Cicalengka, Kabupaten Bandung. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO) Vol. 3 No. 1 Edisi Januari (2026)*, 1436.
- Dianingsih, L. (2020). Strategi Marketing dalam Usaha Meningkatkan Volume Transaksi Pelanggan dengan Menggunakan *Mobile Fintech Application OVO*. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN/Volume 4/No.2/Maret - 2020 : 01-05*, 2.
- Faizaty, N. E., & Laili, R. (2021). *Dampak Softselling* dalam Digital Marketing pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Platform Grup Facebook Jago Jualan). *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Volume 04 Nomor 01 Tahun 2021*, 47-55.
- Gunarsih, C. M., et al. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity, Vol. 2 No. 1, 2021 e-ISSN. 2723-0112*, 69-70.
- Hadi, N. F., & Afandi, N. K. (2021). Literature Review Is A Part of Research. *Sulawesi Tenggara Educational Journal Vol.1 No.3 Desember (2021)*, 64-71.
- Kurniawati, A. L. (2022). Pengaruh Pesan *Soft Selling Skincare* Base terhadap Minat Beli Produk (Survei pada Followers Instagram @itsmybase). *Commercium, Volume 05 Nomor 02 Tahun 2022*, 85-94.
- Okazaki, S., Mueller, B., & Taylor, C. R. (2010). Measuring Soft-Sell versus Hard-Sell Advertising Appeals. *Journal of Advertising*, 39(2), 5-20.
- Sari, D. P., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Soft Selling terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMB)*, 3(2), 45-60.

- Sari, N., & Wardana, I. M. (2021). Pengaruh Content Marketing dan Soft Selling terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online. *Jurnal Syntax Literate*, 6(5), 2310-2325.
- Sofyan, J. F., Putri, R. A., & Purnama, S. (2022). Karakteristik Manajemen Sebagai Determinan Kreativitas Karyawan yang di Mediasi Kepuasan Kerja Karyawan: Studi di Kementerian Kelautan dan Perikanan Jakarta. *Journal Management, Business, and Accounting p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-826 Vol. 21, No. 2, Agustus 2022*, 186.
- Sefani, A., dkk. (2025). Efektivitas *Soft Selling* dalam Strategi Pemasaran Digital Generasi Z. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 19(1), 33-49.
- Syarifah, I., et al. (2022). Pengaruh *Soft Selling* dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian. *Volume 6 Nomor 1, 2022*.
- Syarifah, N., et al. (2022). Analisis Efektivitas Strategi Soft Selling pada Platform Digital. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 10(1), 15-28.
- Tifani, D., et al. (2022). Pengaruh Konten Soft Selling di TikTok terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal IT-EDU*, 7(1), 88-97.

Sumber Lainnya

- Fitriani. (2021). *Pengaruh Strategi Soft Selling dan Hard Selling terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Sosial Instagram*. Skripsi. Universitas Internasional Batam.
- Shewale, R. (2026, Maret 30). *TikTok Shop Statistic (2025_2026): Global GMV & Insights*. Diambil dari Resourcera: <https://resourcera.com/data/social/tiktok-shop-statistics/>