

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Cicadas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rahman, A. (2017). *CREATOR. INC*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFA BETA.
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE - Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Sumber Lain:

- Idris, A. S. R. (2021). PENGARUH CONTENT CREATOR PLATFORM YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE SAMSUNG PADA SISWA SMA NEGERI 1 SELAYAR.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/14794-Full_Text.pdf
- Priambodo, B. (2018). Pengaruh “TikTok” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. *Skripsi*, 74. <https://eprints.stikosa-aws.ac.id/37/>
- Putra, F. D. (2020). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL PT. WIJAYA MOTOR LESTARI*.
https://repo.fisip.unpas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1124&keywords=pengaruh+bauran+promosi
- Rofifah, D. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRABBIKE DAN GRABCAR. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
https://repo.fisip.unpas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1158&keywords=pengaruh+promosi+penjualan
- <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- http://repository.maranatha.edu/17466/3/1353049_Chapter1.pdf
- <https://www.uc.ac.id/library/era-digital-perusahaan-harus-adaptif-dan-kreatif/>
- https://repo.fisip.unpas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1158&keywords=penjualan+promosi+penjualan