

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; cetakan 1). Syakir Media Press.
- Agnes Z. Yonatan. (2023, July 7). *Menilik jumlah pengguna media sosial 2013-2023*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg#:~:text=Melansir%20Data%20Reportal%2C%20di%20tahun,pesat%20selama%2010%20tahun%20terakhir>
- Anik Suryaningsih. (n.d.). *DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR PESERTA DIDIK*.
- Bakri. (2023, September 29). *Menggali jejak perkembangan tiktok dan fenomena global*. Biro Administrasi Kepegawaian Karis Dan Informasi (Bakri). <https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-global/#:~:text=Pada%20tahun%202017%2C%20perusahaan%20teknologi,s%20ekarang%20kita%20kenal%20sebagai%20TikTok>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Cindy Mutia Annur. (2023, May 24). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?* Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media): Vol. III* (Issue 1). http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos
- Feriyanto, W., Trisna Negara, S., Timur, O., & Selatan, S. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16(1), 21–27.
- Firmansyah, M. A. (2019). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (Tim Qiara Media, Ed.; Cetakan pertama). Penerbit Qiara Media.
- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 13, Issue 2).

- Maulidya Ritha Zahara, & Nur Anisah, M. S. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan melalui aktivitas promosi akun instagram @reborn_29. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4, 4–5.
- Moriansyah, L., Karet Hijau No, J., & Beji Timur Kec Beji, K. (n.d.). *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING: ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES*.
- Octavia, G., & Purnama Sari, W. (n.d.). *Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting*.
- PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN* | Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. (n.d.).
- Perancangan Strategi Pemasaran Digital pada Produk Inokulen Roastery Menggunakan Metode Sostac*. (n.d.).
- Ri'aeni, I. (2015). *Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia* (Vol. 9, Issue 2).
- Sarastuti, D. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK BUSANA MUSLIM QUEENOVA* (Vol. 16, Issue 01). www.queenova.com,
- Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, A. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Siagian, A. O., & Martiwi, R. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Subkhan, M., Yusli, M., Stie, D., Wiwaha, W., & Manajemen, P. (n.d.). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT GENERASI Z PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI BANK SYARIAH KABUPATEN SLEMAN)*. In *Seminar Nasional STIE Wiya Wiwaha*.
- Surokim, Rakhmawati, Y., Suratnoaji, C., Wahyudi, M., Handaka, T., Dartiningsih, B. E., Julijanti, D. M., Rachmawati, F. N., Kurniasari, N. D., Trisilowaty, D., Suryandari, N., Cholil, A., Quraisyin, D., Moertijoso, B., Rachmad, T. H., Arifin, S., Rozi, F., & Camelia, A. (2016). *RISET KOMUNIKASI: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula* (Surokim, Ed.). Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur.

- Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2).
- Wijoyo, S. G. (2023). *Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat*. 3(1), 109.
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>