

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. J. S., Firmansyah, M. R., & Anggraini, D. S. (2023). *Sosial media dan strategi pemasaran*. Mega Press Nusantara.
- Amin, K., & Sumartono, A. (2025). *Digital marketing*. CV Eureka Media Aksara.
- Aris Baharuddin, M. (2023). *Administrasi bisnis sektor publik*. Sultan Publishing.
- Erina, A., Eddy, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, S., Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, S., Armiani, A., & Andayani, S. U. (2022). *Manajemen pemasaran: Kajian pengantar di era bisnis modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Hasan, S. (2025). *Evolusi dan dinamika manajemen pemasaran era digital*. CV Eureka Media Aksara.
- Hasna Wijayati, & Andika Drajat Murdani. (2024). *Metode pemasaran digital*. Anak Hebat Indonesia.
- Henuk-Kacaribu, A. (2020). *Pengantar ilmu administrasi*. Penerbit Andi.
- Ichsan, N., & Ramli, M. (2022). *Hukum perjanjian & bisnis*. CV Azka Pustaka.
- Nugroho, D. A., & Suryadi, N. (2023). *Dasar-dasar digital marketing: Teknologi, media sosial, dan strategi*. Universitas Brawijaya Press.
- Nugroho, R., & Suprpto, F. A. (2021). *Administrasi pemerintahan desa bagian 1: Tinjauan umum*. Elex Media Komputindo.
- Nuryakin, R. A., Budiman, Istianah, Sugina, Hakim, M. H. R., Wiweko, A., Sirojudin, H. A., Noerhatini, P., Kudsi As'ari, M. H., Annas,

- M., & Ernawati. (2025). *Manajemen perusahaan berbasis digital*. Duta Sains Indonesia.
- Nyoman Dwika Ayu Amrita, I Kadek Sara Mandiyasa, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan, et al. (2024). *Digital marketing: Teori, implementasi dan masa depan digital marketing*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Pasaribu, V. L. D., Karyanto, B., Ahdiyat, M., Athalarik, F. M., Jefriyanto, J., et al. (2021). *Pemasaran kontemporer*. Penerbit Widina.
- Prakosa, A. (2023). *Manajemen pemasaran: Strategi dan taktik*. Deepublish.
- Rachmadi, T. (2020). *The power of digital marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiarto, S. (2022). *Metodologi penelitian bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsir, S., & Saputra, N. (2022). *Administrasi kepegawaian*. CV Eureka Media Aksara.
- Syarif, et al. (2023). *Metodologi penelitian pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wardana Toii, I. E., Judijanto, L., Hidayat, F., & Tamba, I. F. U. (2025). *Pengantar administrasi bisnis: Teori komprehensif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Widodo Hari Lusinto, H., & Gustini, T. (2025). *Teori dan implementasi kepemimpinan pada organisasi*. Penerbit KBM Indonesia.
- Wina Sanjaya. (2015). *Penelitian pendidikan: Metode, pendekatan, dan jenis*. Kencana.

Jurnal

- Aisyah, S. (2022). Analisis peranan auditor internal terhadap fungsi pemasaran (promosi) pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal*, 3(2), 198.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan aplikasi TikTok dan kreativitas anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- Ekadyasa, S., & Patrissia, R. U. (2024). Konsep digital content marketing dengan pendekatan personal customer experience. *Syntax Idea*, 6(7), 3193–3201.
- Fahimah, M. A., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi content marketing dalam membangun customer engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis strategi content marketing di Instagram. *Menara Ilmu*, 15(2).
- Febri, F. Y., et al. (2022). Pelatihan digital marketing UMKM. *Transformasi dan Inovasi*, 2(1), 60–72.
- Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis konten visual Instagram dalam membentuk customer engagement. *BARIK*, 2(2), 121–134.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Instagram sebagai sarana promosi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.
- Islam, A. M. F. F., & Jalaluddin, E. (2025). Pengaruh digital marketing, brand image, dan WOM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah dan Teknologi*, 4(2), 588–600.
- Karim, Z. (2017). Strategi pemasaran bank syariah. *STADIUM*, 1(1), 1–12.
- Kurniawan, A. S., et al. (2025). Pemanfaatan TikTok untuk pemasaran. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 200–209.
- Mahayani, O. C., et al. (2019). Customer engagement melalui media sosial. *Jurnal PTIIK*, 3(4), 3301–3310.

- Murtini, A., & Oktalina, G. (2019). Analisa bauran pemasaran. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 6(2), 258–268.
- Noorathasia, N., et al. (2023). Strategi content marketing Sociolla. *Comdent*, 1(1), 75–87.
- Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan konten TikTok. *Ikon*, 27(2), 187–210.
- Sanjaya, L. (2020). Content marketing dan engagement. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi digital content marketing. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152–171.
- Setyaningsih, F. (2021). Strategi bauran pemasaran. *JMB*, 10(1).
- Sugiyanti, L., et al. (2023). Strategi pemasaran media sosial. *Masarin*, 2(1), 215–225.
- Theng, B. P. (2022). Metode penelitian deskriptif.
- Waruwu, M. (2023). Metode penelitian pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wibowo, T. S. (2024). Strategi konten marketing.
- Widiastuti, H., et al. (2018). Teknik wawancara. *Acta Diurna*, 7(2).
- Yanti, I., et al. (2023). E-business dan TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 185–189.
- Syarif et al., (2023) METODOLOGI PENELITIAN PARIWISATA. (2023). (n.p.): uwais inspirasi indonesia.
- Theng, B. P., & MM, M. (2022). Metode Penelitian Deskriptif. METODOLOGI PENELITIAN: PENDEKATAN MULTIDISIPLINER, 31.
- Wardana Toii, I. E., Judijanto, L., Hidayat, F., & Tamba, I. F. U. (2025). Pengantar administrasi bisnis: Teori komprehensif. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian

kombinasi (Mixed Method). *Jurnal pendidikan tambusai*, 7(1), 2896-2910.

Wibowo, T. S. (2024). Strategi konten *marketing*: Membuat konten yang menarik dan relevan. Takaza Innovatix Labs.

Widiastuti, H., Koagouw, F. V., & Kalangi, J. S. (2018). Teknik wawancara dalam menggali informasi pada program talk show Mata Najwa episode tiga Trans 7. *Acta Diurna Komunikasi*, 7(2).

Widodo Hari Lusinto, H., & Gustini, T. (2025). Teori dan implementasi kepemimpinan pada organisasi. PENERBIT KBM INDONESIA.

Wina Saanjaya, (2015). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. (2015). (n.p.): Kencana.

Yanti, I., Tasnim, N., & Aulia, R. F. (2023). Analisis Perkembangan E-Business Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(2), 185-189.

Referensi Lain

Ari Ariyandi Gunawan. (2025). *Risalah Master Komunikasi*.

Content Marketing Institute & MarketingProfs. (2024). *B2B Content Marketing Benchmarks 2025*.
https://www.themxgroup.com/wp-content/uploads/2024/10/B2B25_MX_Takeaway-REV.pdf

Dianto, I. (2023). Keabsahan data penelitian kualitatif.
<https://icoldianto.web.id>

Mushlihin. (2013). Bab III Metode Penelitian. Universitas Pasundan.
<https://repository.unpas.ac.id/33787/5/bab%20III.pdf>

Resourcera. (2025). TikTok statistics 2025.
<https://resourcera.com/data/social/tiktok-statistics/>

Snilam Syafitri, E. R. (2020). Studi kepustakaan teori konseling.