

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, N. (2022). *How to become successful content creator*.
- Barker, M. (2016). *Social Media Marketing: A Strategic Approach* (2 ed.). Cengage Learning.
- Chaffey, D. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice* (6 ed.). Pearson Education.
- Diamond, S. (2019). *Digital Marketing All-In-One For Dummies* (1 ed.). For Dummies.
- Heggde, Shainesh, G. (2018). *Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications* (1 ed.). Palgrave Macmillan.
- Kardoko, H. (t.thn.). *Revolusi Industri Farmasi di Tengah Pandemi Covid-19*. Dipetik June 10, 2024, dari GP Farmasi Indonesia: <https://www.gpfarmasi.id/detailpost/revolusi-industri-farmasi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Kardoko, H. (t.thn.). *REVOLUSI INDUSTRI FARMASI DI TENGAH PANDEMI COVID-19*. Diambil kembali dari [gpfarmasi.id](https://www.gpfarmasi.id/detailpost/revolusi-industri-farmasi-di-tengah-pandemi-covid-19): <https://www.gpfarmasi.id/detailpost/revolusi-industri-farmasi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (1 ed.). Kogan Page.
- Kotler, Keller, P. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson.
- Kusnadi, T. (2022, Maret 24). *Industri Farmasi Nasional Tumbuh 10,81 Persen Selama Pandemi*. Diambil kembali dari [www.antaraneews.com](https://www.antaraneews.com/berita/2780309/industri-farmasi-nasional-tumbuh-1081-persen-selama-pandemi): <https://www.antaraneews.com/berita/2780309/industri-farmasi-nasional-tumbuh-1081-persen-selama-pandemi>
- Lemkin, J., & Ross, A. (2019). *From Impossible To Inevitable: How Hyper-Growth Companies Create Predictable Revenue* (2 ed.). Wiley.
- Mcdonald, J. (2022). *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business*.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution* (2 ed.). Rowman & Littlefield.
- Santika, E. F. (2023, September 27). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* Diambil kembali dari [databoks](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak->

muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka

Schaefer, M. W. (2015). *The Content Code: Six essential strategies to ignite your content, your marketing, and your business*. Mark W. Schaefer.

Smith, P. (2016). *Sell with a Story: How to Capture Attention, Build Trust, and Close the Sale*. AMACOM.

Social, W. A. (2024, Maret 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

Zimmerman, J. (2021). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies* (5 ed.). For Dummies.

Christianingrum, R., & Mujiburrahman. (2021). Dinamika Industri Farmasi: Setengah Dekade Pasca Rencana Induk Pengembangan Industri Nasional. *Jurnal Buletin APBN*, 6(7), 8–11. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/buletin-apbn/public-file/buletin-apbn-public-123.pdf>

Mubarok, F. (2016). SAP Dalam Perusahaan Farmasi. *Majalah Farmasetika*, 2(2), 5–8. <http://farmasiindustri.com/tag/sap>

Putra, I. M. G. D., & Dana, I. M. (2019). I Made Gunartha Dwi Putra 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Investasi merupakan pengeluaran pada masa sekarang untuk membeli aktiva riil atau aktiva keuangan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar di. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(11), 6825-6850 ISSN: 2302-8912.

Website Tomo Kenko. <https://tomokenko.com>

Cek BPOM. <https://cekbpom.com/suplemen-kesehatan/tomo-kenko-vit-d3-1000-iu/>

Tren Pertumbuhan industry farmasi. (2024). [Tren Data Pertumbuhan Industri Kimia dan Farmasi,2011 – 2024 \(dataindustri.com\)](https://dataindustri.com)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A