

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. syakir Media Press
- Badri, M. (2011). *Coporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Borisoff, D., and Stebbins, J. (1989). *Communication competence: Defining and developing effective communication skills*. Sage publications.
- Cheney, G., May, S., and Munshi, D. (2011). *The handbook of communication ethics*. Routledge.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fifth Edit)*. Los Angeles: SAGE.
- Elida, T. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran.Pasuruan*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Griffin, E. A. (2012). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill.
- Guenole, N. G. (2016). *Effective communication: A guide for the people professions*. Routledge.
- Hadiwijaya, D. (2017). *Reflection and interpretation of communication*
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIVE STREAMING MARKETING TIKTOK: (Studi pada pengguna aplikasi Tiktok di Kota Medan). JURNAL EKONOMI KREATIF DAN MANAJEMEN BISNIS DIGITAL,1(2),
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL/article/view/309>
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Edisi Kedua (Edisi kedua)*. Jakarta: Kencana.

- Kusumastuti. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: LPSP.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Teori komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardikanto, T. (2015). *Teori dan Praktik Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Marentek, M.R. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Manado: Polimdo Press.
- Moleong, L.J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*
- Mona, Fathul (2022) ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO MAHKOTA LESTARI BANJARMASIN. Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB, <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/11170/>
- Mulyansyah, G.T. and Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40498>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi) disertai Contoh Proposal*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Nufus, H. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Toko Resmi TN). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(1), <https://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/download/483/441>
- Praisra, H. (2019). *TikTok Bukan Media Sosial Lho*. Bandung: REPUBLIKA.
- PRNewswire. (2017). *Tik Tok, Aplikasi Video dengan Teknologi Canggih yang Mudah Digunakan. Resmi Diluncurkan di Indonesia*. Jakarta: PR Newswire a cision company.
- Purnama, Hadi. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 107-124.

- Putri, B.R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Putri, B.R.T. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Ramadhan, I.A. (2021). *Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi TikTok @jogjafoodhunterofficial*. *SOCIA Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), https://www.researchgate.net/publication/352929043_ANALISIS_TEKNIK_DIGITAL_MARKETING_PADA_APLIKASI_TIKTOK_Studi_Kasus_Akun_TikTok_jogjafoodhunterofficial
- Ritonga, S.D.F. (2016). *Pengaruh Iklan Pada Media Sosial Twitter Dan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mataharimall.Com*. *Issn : 2442- 5826*, 2(2), 422–429.
- Samsiar, R.S.N. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Megrashy Wedding Planner Dalam Meningkatkan Penjualan di Era Pandemi Covid-19 Pada Aplikasi TikTok*.
- Santoso, P. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi*. *Magister Komunikasi*, 7(1), 11-22.
- Sitorus, O.F. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FISIP UHAMKA.
- Subekti, Hafiar, & Bakti. (2020). *Penggunaan Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah untuk mengoptimalkan destination branding Pangandaran*. <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/23545>
- Sulaiman, F., Wulandari, S. E., Lutviani, M., Samosir, D. M. ., & Wulandari, D. S. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Apotek Delima Kota Medan*. *BISMA Cendekia*, 2(1), <https://ojs.politeknikcendana.ac.id/index.php/bisma/article/view/57>
- Susilowati. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*.

Syuderajat & Puspitasari. (2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT Gmf Aeroasia.

<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/4173>

Tasnim. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Tuten, Tracy L and Solomon, Michael R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.