

Daftar Pustaka

- Akbar, N. R., Azkia, N. I., Normansyah, E. W., Aurora, L. S., Aushafinaz, G., Fauzan, L. A., & Rahmawati, D. H. (2022). Strategi Pemasaran Media Sosial Pada Branding Perusahaan Sandy Collection. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 444–450. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/637>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Erina Sovania, I. S. (2018). Pengaruh Promosi Media Situs Jual Beli Online Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ukm. 5(4), 53–54.
- Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2), 32–42.
- Gupta, S., & Chopra, C. (2020). Impact Of Social Media On Consumer Behaviour. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(6 June 2020), 1943–1961. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26927.15527>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Husniati Sya'idah, E., Jauhari, T., Sugiarti, N., & Dewandaru, B. (2019). *The Implementation of Digital Marketing towards Brand Awareness*. 383(Icss), 521–525. <https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.35>
- Jasin, M. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Menabung Pada Tahapan Bca Di Kantor Cabang Bank Central Asia Equity Tower Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekbank*, 2(1), 28–38.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=neksEAAAQBAJ>
- Mayfiel, T. D. (2009). U.S. Navy (Walter Shinn) Coastguardsman uses social media monitoring system to assist in rescues and medical evacuations A Commander's Strategy for Social Media. *Wordpress.Com*, 1–106. <http://dimosiografos.wordpress.com/2009/11/21/κοινωνικά-δίκτυα-social-media/>

- Nata, O. (2021). Strategi Promosi Pt. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah. 1–103.
- Novalia, Annisa Syifa, Anisa Balqis, A. R. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia. 6(November), 6.
- Prakoso. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame Skripsi. 2507(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 53(1), 1689–1699.
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106%0A>
- Annur, Cindy M. 2023. “Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?” Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>.
- Shilvina Widi. 2023. “Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023 - Dataindonesia.id.” Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- Sugiyono. Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono. Bandung :: Alfabeta., 2014..
- Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif / Sugiyono .2016