

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Desain Penelitian Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Sage: Los Angeles.
- Fauziah, N., et al. (2018). *Media Sosial: Teori, Kritik, dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gunelius, S. (2012). *30-Minute Social Media Marketing: Step by Step Techniques to Spread the Word about your Business*. 1st Edition. USA: McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (Sixteenth ed.)*. Pearson Educations Limited: United Kingdom.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1)*. Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Brand Equity. *JIM UPB*, 7(1), 33.
- Kusumastuti, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kencana Media Group: Jakarta.
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Lexy, J. M. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomika*, 3(1).
- Muhamad, N. (2024, Februari 27). 10 aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia (2023). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/tiktok-aplikasi->

[yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-pada-2023](#) Diakses pada tanggal, 25 Mei 2024.

Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Hospitality and Innovation*, 11(1), 291.

Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Pardianti. (2022). *Tren Media Sosial di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Media Kita.

Pardianti, M. S., Valiant, V., Sos, S., & Ikom, M. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2022.

Sanjaya, W. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Jenis, Karakteristik, Dan Langkah-Langkahnya*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Sidauruk, Katly N.(2021).Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Baru Oleh Bigssimo.id di Masa Pandemi.Skripsi.Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.Yogyakarta.Universitas Atma Jaya.

Solis, B. (2010). *ENGAGE! The Complete Guide For Brand and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web Revised and Updated*. New Jersey: John Wiley & Sons,Inc.

Sugiyono. (2019). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sutopo, H. B. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. UNS Press: Surakarta.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Sosial Media Marketing*. London: Sage Publications.

Zahra, Nisa Alifah. (2024). "Strategi Content Marketing Pada Media Sosial TikTok Gebcell." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, Vol. 2, No. 2, pp. 157-173