

DAFTAR PUSTAKA

- Al-jufri, F., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations dan Fitur Layanan Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Aplikasi Tiktok. *EProceedings of Management*, 5(8).
- Bang, A., & Hell, J. (2015). *Digital Marketing Strategy: Social Media and its Contribution to Competitiveness*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. In *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Djaelani, A. R. (2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, 1(20), 82–92.
- Effendy, & Uchjana, O. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Emelda, E. (2022). Analisis Strategi Bauran Promosi Kedai Kopi Nilang dengan Pendekatan kualitatif. *Adminika*, 1(8), 30–47.
- Ferinia, R., Kurniullah, A. Z., Naipospos, N. Y., Tjiptadi, D. D., Gandasari, D., Metanfanuan, T., & Purba, B. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Fitriyani, F. (2017). *Perencanaan Komunikasi Humas Polda Riau dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ginanjari, A. (2021). *Strategi Promosi BigBestShop Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Tiktok Bigbestshop promotion strategy to increase brand awareness through social media tiktok*. Universitas Pelita Harapan.
- Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Bumi Aksara.
- Ismail, N. (2015). *Metodelogi Penelitian*.
- J, L., & Moleong. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The influence of Product Mix, Promotion Mix, and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Descretion Review*, 1(1), 165–174.

- Jogiyanto, H. M. (2018). *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Andi.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management (14th Global)*. Pearson Prentice Hall.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Mou, J. B. (2020). *Study on social media marketing campaign strategy--Tiktok and Instagram*. Massachusetts Institute of Technology.
- Najib, M. A. (2019). *Komunikasi Verbal dan Nonverbal Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus CV. Putra Perkasa Kudus)*. IAIN KUDUS.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif (1st ed.)*. Cakra Books.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 2(10), 145–160.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 2(11), 46–53.
- Purwoko, R. Y. (2017). Analisis kemampuan content knowledge mahasiswa calon guru matematika pada praktek pembelajaran mikro. *Jurnal Pendidikan Surya Edukasi*, 1(3), 55–65.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 1(3), 71–80.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2(16), 214–224.
- Ramadhan, H., Priatama, R., Az-Zuhaida, A. A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial). *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(18), 49–60.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama.

- Rismawaty. (2020). *Kepribadian Dan Komunikasi*. Madani.
- Rismawaty, Surya, D. E., & Juliano, S. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rekayasa Sains.
- Rizki, M., & Miftahuddin, M. (2018). Perencanaan Komunikasi PT. Suka Fajar Pekanbaru dalam Meningkatkan Brand Image Mitshubishi. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 37–50.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I. R. (2014). *Teori Komunikasi*.
- Sugiyono. (2014). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABET.
- Sulistya, R. K. (2013). *Penerapan Strategi Bauran Promosi PT. Monex Investindo Futures Solo Dalam memperkenalkan Produk*.
- Tasnim, Andriasan, S., Martono, A., Nurhaini, M. R., Rahman, T., Nina, M., Budi, S. Y., Sudung, S., Hamidah, S. O., Liharman, S., Bonaraja, P., Maya, S., & Kusuma, D. I. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Tuhuteru, A., & Sukmawati, L. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran pada PT. Quipper Edukasi Indonesia). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, II(Ii), 62–68.
- Watie, E. D. S. (2016). *Periklanan dalam Media Baru (Advertising In The New Media)*.
- Wibisono, G. (2019). Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial ‘Good News From Indonesia’ Terhadap Perilaku Nasionalisme. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2), 590–604. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39264>
- Winarni, S. (2021). Pengaruh Iklan Instagram dan Tiktok Terhadap Eksistensi Pelanggan Kuliner di Masa Pandemi COVID-19 Di Yogyakarta. *Prima Ekonomika*, 2(12), 60–77.

Penelusuran Data Online:

Tiktok.com/hotya.id

<https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39264>

<https://glints.com/id/lowongan/tiktok-ads/#.Yu-4VOxBw1I>