

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*.

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.

[https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)

[4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b29](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)

[9bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf)

Lidyawatie. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Alfabeta.

Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber*. PRENADAMEDIA GROUP.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Penerbit Alfabeta.

Rismawaty, Surya, D. E. & Juliano, S. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communication*). Penerbit Rekayasa Sains.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *PEMASARAN* (Tjiptono Andi (Ed.)). CV. ANDI OFFSET.

Jurnal

Elvetta, O., Suryabi, A., & Jokom, R. (2018). Analisa Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Restoran Madame Chang Dan Hubungannya Dengan Respon Konsumen. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 102–113. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/7452/6760>

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi

- Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Iqbal, A. (2014). Evolusi Pertukaran Dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi*, 5(2), 25–34.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Trisia, M., & Sudrajat, R. H. (2021). Efektivitas Tiktok Sebagai Media Promosi Produk Scarlett Whitening. 8(5), 6779–6783.
- Widayanti, E. R. (2018). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul)*. 166–179.

Internet Searching

The Latest TikTok Stats: Everything You Need to Know — DataReportal – Global Digital Insights. (n.d.). Retrieved April 17, 2022, from https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2022&utm_term=Indonesia&utm_content=Facebook_Stats_Link

Penelitian Terdahulu

Bit, J., Hidayat, F., & Kom, M. (2020). *Analisa Data Pengaruh Akun Instagram @Kulinerkotabatam Terhadap Minat Beli Konsumen*. 17(2), 29–32.
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/bit>

Caessarea, A. K. (2020). *Penggunaan Instagram Akun @Duniakulinerbdg Sebagai Media Sharing Informasi Kuliner Di Kota Bandung* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4271/>

Haya, A. N. A., & Hidayati, U. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial pada Akun TikTok jogjafoodhunter terhadap Minat Beli Konsumen. *Ilmu Komunikasi*, 10.

Wijaya, C., & Suzana, P. (2021). *Pengaruh Efektivitas Konten Media Sosial TikTok terhadap Minat Beli Produk Dear Me Beauty*.

Mardhatilla, J. (2019). *Pengaruh Konten Instagram @Senemu.Coffee Terhadap Minat Beli Followers-Nya Di Kafe Senemu 2.1* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2077/>