

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran). Yogyakarta: UPP STIM
- Andreya, E. (2022). Upaya Kominfo Berantas Aksi Penipuan Transaksi Online. Kemkominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/upaya-kominfo-berantas-aksi-penipuan-transaksi-online/>
- Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital. Surabaya: Airlangga University Press. Retrived by https://www.google.co.id/books/edition/KOMUNIKASI_PEMASARAN_Konsep_dan_Aplikasi/5oM8EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1 12 Dec 2022
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 4.
- Fandy Tjiptono, dkk, Pemasaran Strategik, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008),
- Gunelius, S. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hadi, Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. Banyumas: Pena Persada
- Halim, F., Sherly, M., Sudirman, A. (2020). Marketing dan Media Sosial. (n.p.): Media Sains Indonesia.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kennedy, J. (2006). Marketing Communication: Taktik dan Strategi. Jakarta: Gramedia
- Pike, S. (2002). Intregrated Marketing Communication Penterjemah Uyung Sulaksana. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Permana, T. (2015). *Event Organizer Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Unisi Yogyakarta*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga
- Mahdi, Ivan. 2022. *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Diakses dari [dataindonesia.id https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022).
- Muhammad Wildan, “Strategi *Digital Marketing* PT Al Andalus Nusantara Travel”, (Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 41
- Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi* Cetakan kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ridwan, dkk. 2017. *Peran Media Sosial Twitter Terhadap Brand Awareness Pada Perusahaan Penerbangan Indonesia*. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, Vol. 3 No.2
- Rizaty, M. 2022. *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>.
- Rofiah, C., Rahayu, R. 2022. *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tiktok pada Pemasaran Digita*. (n.p.): CV Literasi Nusantara Abadi.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajagrafindo Persada
- Sanjaya, R. Tarigan, J. 2009. *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI
- Ulber, Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Malang: Media Nusa Creative
- Urban, Glen. 2004. *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*, Pearson Educaion.
- Wesr, R., Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika
- Wisnuadi, K. 2022. Data Statistik Jumlah Pengguna TikTok (April 2022), Lengkap. Diakses dari <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-tiktok-april-2022-lengkap/>