

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Betty. 2012. Humas Pemerintah. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Bungin, Burhan. 2001. Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cowley, Michelle B. 2016 “Jelies & Jaffas”: Applying PR Smith’s SOSTAC Model to an Online.” Business Studies Certificate in Digital Marketing & New Media Management DK\_BCDIM 7
- Diamond, Sthephani. 2008. The Visual Marketing Rvolution : 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial. Jakarta: Salemba
- Herdiansyah, Haris. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif . Jakarta: Salemba Humanika
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran (12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. Marketing Management 14E. New York: Simon & Schuster Adult Newsletter (SRI Internasional)
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 58(1).
- TikTok. (2021). Profil Akun TikTok Warpathofficial. [https://vt.tiktok.com/ ZSeHgkgsv/](https://vt.tiktok.com/ZSeHgkgsv/) Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021.

### JURNAL

- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, 19(3), 187- 196.  
<http://dx.doi.org/10.33299/jpkop.19.3.346>
- Purbohastuti, A, W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. Tristayasa Ekonomika, 12(2), 212-231. <http://dx.doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Raihan, M. (2020). Aplikasi Tiktok menjadi tren untuk berjualan di masa pandemi. Retrieved from <https://kumparan.com/muhammad-raihan-1603769178712404697/aplikasi-tiktok-menjadi-tren-untuk-berjualan-di-masa-pandemi-1usQyAMzQ2W/f>
- Rismayanti, Puji. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram @kedai\_digital. Ilmu Komunikasi.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai personal branding di Instagram: Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpenliebe. Akademi Komunikasi BSI Jakarta, 9(2), 176-185. P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292
- Syahin, Syahidah. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram @beautymaskerofficial.

Sarjana Ilmu Komunikasi.

**WEBSITE**

Alhadeed, A. Y. (2017). The Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention. *MedwellJournals*, 11, 1844-1847.

Dave Chaffey, F. E. (2016). *Digital Marketing (Strategy, Implementation and Practice)*. (Vol. 6). Jakarta: December 6.

Firmasyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur, Indonesia: QiaraMedia.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu

Hasan, M., & Sohail, M. S. (2020). The Influence of Social Media Marketing on Consumers “ Purchase Decision: Investigating the Effects of Local and Nonlocal Brands The Influence of Social Media Marketing on Consumers “ Purchase Decision: *Journal of International Consumer Marketing*, 0(0), 1– 18. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1795043>

Karimi, S., & Naghibi, H. S. (2015). Social Media Marketing (SMM) Strategies for small to medium enterprise (SMEs). *International Journal of Information, Business and Management*.

