

Daftar Pustaka

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Frost, R. F. (2019). *E-Marketing*. Oxon: Routledge.
- Kotler, P. K. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia.
- McDonald, J. (2022). *Social Media Marketing Workbook 2022*. JM Internet Group.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Rachmawati, I. A. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Bandung: Tel-U Press.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijoyo, H. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*. Solok: CV Insan Cendekia Mandiri.
- AZHARI, A. D. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Pada UMKM MISS KEREMES TAHUN 2022.
- Fadillah, S. N. (2021). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing dalam Menciptakan Customer Engagement di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung.
- FAHIRA, D. S. (2021). Perancangan Promosi Melalui Media Social Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness SOBAT INDIHOME.
- Meilano, Y. &. (2020). Analisis Pengaruh Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic. 886.
- PUAZAH, S. S. (2022). Pemanfaatan akun Tiktok Oleh SUARA.COM Sebagai Media Penyebaran Berita Dan Informasi.
- SAHAL, L. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Terhadap PURCHASE INTENTION PRODUK FASHION SHOPEE.

SANTIKA, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Online Melalui Media Sosial FACEBOOK Dan WHATSAPP Terhadap Peningkatan Penjualan.

Trislitiatanto, D. A. (2020). Metodologi Penelitian : Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah. Yogyakarta: ANDI.