

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, Yuliyani, L., Hildawati, Suari, A., . . . Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A. R., & Nanang, R. (2022). *Teori Marketing*. Penerbit Widina.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S., . . . Novianto, U. (2023). *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food And Beverage Service Dan Pengembangan Destinasi Wisata*. Bali: Penerbit Intelektuar Manifes Media.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Sleman: PT Kanisius.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bantul: Penerbit Samudra Biru.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Penerbit Deepublish (CV Budi Utama).

Jurnal:

- Aisya, T. R., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Metode Pemasaran Online Pada Instagram & Whatsapp Dan Offline Pada Door To Door Dan Event Terhadap Keputusan Pembelian Transvision Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*.
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *eProceedings of Applied Science*.

- Andhika, M. H., Hamzah, E. R., Pasaribu, M., & Putri, C. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi. *Jurnal Cyber PR*.
- Aprilianti, O., & Wibowo, S. (2019). Analisis Iklan Pada Media Sosial Instagram Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Pada Indihome Buah Batu Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*.
- Manik, R. J., & Wibowo, S. (2024). Analisis Penjualan Berdasarkan Pengembangan Konten Media Sosial: Studi UMK Atmosphere Beauty Kota Bukittinggi Pada Media TikTokshop dan Shopee Tahun 2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*.
- Ritonga, S. D., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Iklan pada Media Sosial Twitter dan Televisi terhadap Keputusan Pembelian di Mataharimall.com Tahun 2016. *eProceedings of Applied Science*.
- Siddiq, M. D., Lutfie, H., & Wibowo, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Telkom Indihome Witel Lembong Bandung (Studi Pada Pengguna Indihome PT Telekomunikasi Tbk Witel Lembong Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*.
- Sitepu, E. N., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Viral Marketing Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Kota Bandung (sebuah Studi Tentang Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*.
- Wirany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*.

Website:

- Ira, L. (2023, November 23). *Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Retrieved from Tempo Bisnis: <https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>
- Lantari, L. (2022, Oktober 17). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi dan Sebagai Sumber Penghasilan*. Retrieved from Kompasiana Beyond Blogging: <https://www.kompasiana.com/lidialantari/634cb8331140711f6c226092/pemanfaatan-aplikasi-tiktok-sebagai-media-promosi-dan-sebagai-sumber-penghasilan>