

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdussamad, D. H. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar.
- Ali Nurdin, S. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya.
- Ardiansah, I. (2020). *Optimalisasi instagram sebagai media marketing*. Bandung: Cendikia.
- Dr. Irene Silviani, M. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya.
- Dr. Irene Silviani, M. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya.
- Feny Rita, M. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- Kusumastuti, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, D. A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Medan: Harfa Creative.
- Nurdin, A. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya.
- Oktarini, R. (2022). *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Surabaya: Citra Media Nusantara.
- Pambayun, E. L. (2021). *An Integrated Marketing Communication Circle in 4.0 Era: Filosofi, Konsep, dan Implementasi*. Jatinangor.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan.
- Sugiyono. (2007). *Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Kualitatif Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. (2018). *NEW KOMUNIKASI PEMASARAN : TEORI dan Aplikasinya*. Jember: Pustaka Abadi.
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode penelitian studi kasus*. Madura: UTM PRESS.
- Yulianti, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin.

## Sumber Jurnal

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Emeilia, R. I. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran Produk UMKM Aprilia Mahar Design Pada Masa Pandemi Covid-19 dan New Normal. *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 56–72. [www.adb.org](http://www.adb.org)
- Simon, M. K., & Alouini, M. (2004). Types of Communication. *Digital Communication over Fading Channels*, 2, 45–79. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida'*, 9(2), 95–120. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- Agusta. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.
- Boneva. (2018). Challenges related to the digital transformation of business companies. In *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018)* (pp. 101-114). Vysoká škola ekonomická v Praze.
- Harita, & Siregar. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171-184.
- Irmayani, & Susyatih. (2017). Sistem Informasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa Berorientasi Objek. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1).
- Juita, *et al.* (2020). Peran Perempuan pedagang sayur keliling dalam menopang ekonomi keluarga pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram. *CIVICUS: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 8(2), 100-107.

- Linarwati, *et al.* (2016). Studi deskriptif pelatihan dan pengembangan sumberdaya manusia serta penggunaan metode behavioral event interview dalam merekrut karyawan baru di bank mega cabang kodus. *Journal of Management*, 2(2).
- Nasrullah. (2015). Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi. *Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. Prenamedia Group. Rosdakarya.*
- Pasehah, & Firmansyah. (2020). Analisis kemampuan representasi matematis siswa pada materi penyajian data. *Prosiding Sesiomadika*, 2(1d).
- Puntoadi. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rahmania, & Rahmawati. (2016). Analisis kesalahan siswa dalam menyelesaikan soal cerita persamaan linier satu variabel. *JMPM: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 1(2), 165-174.
- Saragih, & Andriyansah. (2023). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PLATFORM TIKTOK. *KOLEGIAL*, 11(2), 151-160.
- Sudarsono. (2017). Memahami dokumentasi. *Acarya pustaka: jurnal ilmiah perpustakaan dan informasi*, 3(1), 47-65.
- Yupi, & Heryadi Putri. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 5(1), 70-92.

