

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Afandi, dkk. (2022). *Administrasi*. cv alfabeta : bandung
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2014). *Management: Leading and Collaborating in a Competitive World (11th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Beatty, R. W., dkk. (2023). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Penerbit ABC.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (7th ed.)*. Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
- Karim, A. (2025). *Big Data Analytics: Analisis Sentimen Netizen di Era Media Baru*. Penerbit NEM
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nathaniel. (2019). *Konsep Dasar Bisnis*. Bandung: uwais inspirasi indonesia
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.

Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.

Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wibowo, A., dkk. (2017). *Investasi Valuta Asing*. Yogyakarta: Andi.

Widyawati, dkk. (2024). *Administrasi*. eureka media aksara

Jurnal :

Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). Social Commerce Design: A Framework for Social Technology in Marketing. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(3), 246-258.

Pulizzi, J. (2023). Content Marketing Strategy. *International Journal of Marketing Studies*, 15(4), 352-365.

Ismagilova, E., Slade, E., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer.

Skripsi :

Isdwiyanti, P. (2023). *Strategi Konten Kreatif TikTok sebagai Media Promosi pada Produk Fashion*. Universitas XYZ, Semarang.

Ali, M. (2023). *Analisis Konten TikTok Sebagai Media Pemasaran Tempat Kuliner*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Nurlia. (2024). *Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital dengan TikTok*. Universitas ABC, Indonesia.

Sumber Elektronik:

TikTok Analytics. (2024). Statistik dan performa konten YMG Shop. Diakses dari akun TikTok YMG Shop melalui platform TikTok.

We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses dari <https://wearesocial.com>.

Google Maps. (2024). Lokasi Penelitian: YMG Shop Bandung, Jl. Biru Cikamuning, Mandalasari, Bandung. Diakses dari <https://maps.google.com>.