

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. N. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Jurnal Metafora*, Vol. 6. No.
- Andrian, Nursal, F., Jumawan, & Hadita. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. In *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Black, J. A., & Champion, D. J. (2019). *Metode & Masalah Penelitian Sosial (Terjemahan E. Kosmara, Dira Salam, Alfin Ruzhendi)* (Edisi keem). Refika Aditama.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2005). *Remediation, Understanding New Media*. MIT Press.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran (Edisi 4 ed.)*. Pustaka Pelajar.
- Cybellium. (2024). *Introduction to Digital Marketing: A Comprehensive Guide to Learn Digital Marketing*. Cybellium.
- DeVito, J. A. (2019). *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing Group.
- Heri, H. (2023). *Psikologi Marketing*. CV. Diva Pustaka.
- Heriyati. (2022). *Strategi Pemasaran: Segmenting, Targeting, dan Positioning*. Scopindo Media Pustaka.
- Hermawan, K. (2014). *WOW Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kemp, S. (2025). Digital 2025: Indonesia. *Date Reportal*.

- Kusuma, A. P. N. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Melalui Live Streaming). *Skripsi, Universitas Boyolali*.
<https://repository.uby.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=70&bid=2798>
- Luck, E., Barke, N., Sassenberg, A.-M., Chitty, B., Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2021). *Integrated Marketing Communication 6th Edition*. Cengage.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. SAGE.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd ed.* Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. KENCANA.
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar (Edisi revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. KENCANA.
- Permana, E., Nury, N., Oktavia, S., & Firdaus, R. Z. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pemasaran Brand Fashion Arkline untuk Menarik Konsumen Gen Z. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, Volume 3*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/menawan.v3i4.1479>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era media Baru, Perkembangan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Universitas Brawijaya Press.
- Rangkuti, F. (2021). *Analisis Pemasaran: Konsep, Teknik, dan Strategi Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, N. A., Safriana, & Firdaus, R. (2025). Penerapan Live Shopping di E-Commerce dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Generasi Z. *Jurnal*

Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, 4(3), 80–88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.4971>

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods) (Edisi Revisi)*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.

Wahyudi, A. (2025). *Komunikasi Pemasaran: Teori dan Penerapannya*. ANAK HEBAT INDONESIA.

