

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- American Marketing Association. (2013). Definition of Marketing. <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. 14 Februari 2022 (04:29 AM).
- Asmajasari, Magdalena. 1997. Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran, Malang : UMM Press.
- Asri Fajar Sari. (2012). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Pandanaran, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 6. No1.
- Albarran, Alan B., 2013, The Social Media Industries, Routledge, New York.
- Aris Jatmika Diyatma, 2017, Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro, eProceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom.
- Basu Swastha.2002.Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Basu Swastha DH., 1994. Asas-asas Marketing, Cetakan Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2006. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenada Media Group
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Durianto, Darmadi, 2011, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Evans, Dave and Jake Mckee, 2010, Sosial Media Marketing, Indianapolis, Wiley Publishing, Inc.

- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/792-mengenal-apa-itu-tiktok-marketing>. 14 Februari 2022 (02:29 AM).
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Redcomm.co.id. <https://redcomm.co.id/knowledges/5-strategi-marketing-lewat-tiktok-yang-patut-dicoba>. 14 Februari 2022 (02:20 AM).
- Sapto Haryoko, 1999 Efektivitas Pemanfaatan Media, Teknologi Informasi Sebagai Optimalisasi Model Pembelajaran.
- Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. Pengertian Media Sosial, (Online). <http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>. 09 Februari 2022
- Ilham, Prisgunanto. 2006. Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Ikbal Rachmat, St, Mt, Drs. Abdurahman, Ms. Sahira Humaira, M, Si. 2019. Media Sosial, Aplikasi Dan Pemahamannya Di Masyarakat(Studi Ekspolatori : Literasi Media Sosial Warga Kelurahan Kepa Jakarta Barat). Universitas Esa Unggul. Jakarta
- Jan H. Kietzmann, Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy, Bruno S. Silvestre. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizons 54, 241—251. 2011.
- Jefkins, Frank, 1996, Periklanan,Edisi ke-3, Jakarta : Erlangga.
- Jujur S. Suriasumantri, 1986, Ilmu Dalam Perspektif Moral, Sosial, Dan Politik; Sebuah Dialog Tentang Keilmuan Dewasa Ini, Jakarta: Gramedia.
- Kennedy, Jhon E & R. Dermawan Soemanagara.(2006). Marketing Communication. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara, Marketing Communication: Taktik & Strategi, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta, 2006.
- Kelly, et al, 2010. Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. J. Interact. Advert. 10 (2), 16–27.
- Kotler, Philip (2004). Marketing Management, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Laksana. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.
- Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung,: Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 9
- Lovelock and Wright, 2002, *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd edition, Prentice Hall.
- Malau Herman, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang : UMM Press.
- Musanto, T. 2004, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya* *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, NO.2, September 2004: 123 – 136.
- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 63.

- Mardalis, Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal, ... , hlm. 64.
- Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm. 16.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nusa Putra dan Ninin Dwilestari, “*Penelitian Kualitatif ; Pendidikan Anak Usia Dini*”, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 87.
- Purba, Amir dkk. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Medan:Pustaka Bangsa Prss.
- Soemanagara, Rd. 2008. Marketing Communication. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ..., hlm. 224
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ..., hlm. 240.
- Shiau, H. C., 2014, The Impact of Product Innovation on Behavior Intention: The Measurement of the Mediating Effect of the Brand Image of Japanese Anime Dolls, Anthropologist, vol. 17, no. 3, pp. 777-788.
- Setiaji, H., 2014, Detik Finance (<http://finance.detik.com/read/2014/04/04/094314/2545234/4/asyiknya-memainkan-sekaligus-mengoleksi-action-figure>). 12 Februari 2022 (02:51 AM).
- Stanton, William J., 1993, Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketujuh, terjemahan Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.
- Sapto Haryoko, 1999 Efektivitas Pemanfaatan Media, Teknologi Informasi Sebagai Optimalisasi Model Pembelajaran.
- Sayono, S. I., Wibowo dan H. Ariyanto. 2013. Perancangan Action Figure Gundala Putra Petir, Jurnal DKV Adiwarna UK Petra, 1(2): 12.

Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian, Rineka Cipta, (Jakarta: Reneka Cipta, 1990), h. 310

Solomon, Michael R. dan Elnora W. Stuart. 2002. Marketing : Real People, Real Choices. New Jersey: Prentice Hall.

Triyaningsih, SL. 2011. Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 2, Oktober 2011: 172 – 177.

Triangulasi dan Kabsahan Data Dalam Penelitian, <http://goyangkarawang.com/2010/02/triangulasi-dan-keabsahan-data-dalam-penelitian/>. 27 Februari 2022 (19:55 PM).

Tiktok. <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>. 09 Februari 2022

Wati, Mardiana dan Rizky, A.R. 2009. 5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook. Bandung: CV. Yrama Widya.

Zainal Muttaqin (2011). Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern. <http://journal.unipdu.ac.id:8080/index.php/teknologi/article/view/63>. 11 Februari 2022 (03:30 AM).