

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afifuddin. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Pustaka Setia.
- Ardhi Ridwansyah. (2017). *Instant Marketing For Busy People* (R. M. Firda Nurizahro (ed.)). Esensi.
- Blumer, H., & Katz, E. (1973). *The Uses of Mass Communication : Perspectives On Gratifications Research*. SAGE.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2002). *Pengantar Bisnis* (Anwar Fadriansyah (ed.); Jilid Ke-1). Erlangga.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2005). *Contemporary Marketing*. Thomson South Western.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Revisi). Rajawali Pers.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (1997). *Media/Society: Industries, Image, and Audience*. Pine Forge Press.
- Dainton, M. (2018). *Applying Communication Theory for Professional Life* (4th ed.). SAGE Publication.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Griffin, E. (2018). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). McGraw-Hill.
- J.Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Kumparan.com. (2020). *No Title*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-kini-mendunia-1ss18QadAEN/full>
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath.
- Leon G. Schiffman, L. L. K. (2008). *Perilaku Konsumen* (Ke-7). Indeks.
- Middleton, J. (1980). *Approaches to Communication Planning*. Unesco.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press.
- Philip Kotler, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 2). Erlangga.

- Philip Kotler, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Philip Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). PT Indeks.
- Purba, A. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Bangsa Pers.
- Rahadi, D. R., & Zaniat. (2017). Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing. *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication networks : Toward A New Paradigm For Research*. Free Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Terence A. Shimp. (2003). *Periklanan & Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (W. C. K. Suryadi Saat (ed.)). Erlangga.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*. CV Andi Offset.
- Totok Mardikanto. (1993). *Penyuluhan Pembangunan Pertanian (Ke-2)*. Universitas Sebelas Maret.
- Ulber, S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama.
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain Dan Metode*. Rajawali Pers.

Jurnal

- Alfeel, Esraa. 2019. “The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Intention: Consumer Survey in Saudi Arabia.” *Journal of Marketing and Consumer Research* 56: 13–22.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie).” *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12: 2655–5433.
- Pramiyanti, Alila, Idola Perdini Putri, and Reni Nureni. 2014. “Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung).” *KomuniTi* VI(2): 95–103.
- Chania, Lulu Ummarzhan, and Heriyanti. 2022. “Hubungan Karakteristik Influencer

Dan Konten Media Sosial TikTok Terhadap Brand Image Produk Cimory Yogurt Squeeze (Survey Pada Komentator Konten Tiktok @cheekykiddo)

Internet

Kumparan.com. 2020. "No Title." <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/full>.