

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., Marheni,), Saputri, E., Prodi,), Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA GO-FOOD DI KOTA BANDUNG 1). *Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i3.2109>
- Akrimi, Y., & Khemakhem, R. (2012). What Drive Consumers to Spread the Word in Social Media? *Journal of Marketing Research & Case Studies*, 1–14. <https://doi.org/10.5171/2012.969979>
- Aribowo, H. (2023). Jurnal Mirai Management Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di “Tiktok” pada Pedagang dengan Cara Live Shopping. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 219–239. <http://databoks.katadata.co.id>,
- Atma, U., Yogyakarta, J., Babarsari, J., & 43 Yogyakarta, N. (n.d.). *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya Rustiana*.
- Ayu, A. A., Daniswara, M., Ikom, S., Ikom, M., & Pamungkas, S. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMSET JASA PENGIRIMAN BARANG KANTOR POS DI SUNSET ROAD KUTA BALI*.
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 10(1), 26. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284>
- Bona, A., & Manalu, C. (n.d.). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Dan Komunikasi Perubahan Perilaku* (Vol. 03, Issue 2). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (n.d.). *ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK* (Vol. 1). <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Burke, R. R. (2002). Technology and the customer interface: What consumers want in the physical and virtual store. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 30, Issue 4, pp. 411–432). <https://doi.org/10.1177/009207002236914>
- Celuch, K., Walz, A., Saxby, C., Ehlen, C., Celuch, K. ;, Walz, A. ;, & Saxby, C. ; (2011). Understanding SME Intention to Use the Internet for Managing Supplier Information. In *New England Journal of Entrepreneurship* (Vol. 14, Issue 1). <http://digitalcommons.sacredheart.edu/neje/vol14/iss1/3>
- Chastity, V., Zamzamy, A., & Pemasaran, K. (2023). *Strategi Promosi CV Jatimas Inovasi pada Klinbos Indonesia melalui Tiktok Kata kunci*. <http://Jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>

- Christina Dewi, S. (2022). *Konten Social commerce Yang Dilakukan Oleh Usaha Lokal WHITELAB Dan Scarlett di Instagram*.
- Chung, Q. B., Otto, J. R., & Otto, J. (n.d.). *A framework for cyber-enhanced retailing: Integrating e-commerce retailing with brick-and-mortar retailing A Framework for Cyber-enhanced Retailing: Integrating E-commerce Retailing with Brick-and-Mortar Retailing A u t h o r s* (Vol. 10, Issue 3). <https://www.researchgate.net/publication/228962342>
- Diah Evyta, F., Mein Kharnolis, dan, Studi Pendidikan Tata Busana, P., Teknik Universitas Negeri Surabaya Jl Ketintang, F., Gayungan, K., Sby, K., & Timur, J. (2021). *Edisi Yudisium Periode Juni 2021* (Vol. 10).
- Ekonomi, J., Akuntansi, dan, Nur Amalia, D., & Amalia, S. (2023). *MUFAKAT: STRATEGI MARKETING MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL AEROFOOD ACS SURABAYA* (Vol. 2). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Filus Fredik, T., & Indra Dewi, S. (2018). ANALISIS PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. In *JISIP* (Vol. 7, Issue 2). www.publikasi.unitri.ac.id
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (n.d.). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. www.aaai.org
- Kadarisman, A., Sagir, J., & Septiani, E. (2023). PENGARUH OMNI-CHANNEL MARKETING DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN KEMBALI PADA (1-8). *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i1.2359>
- Kusniadji, S. (n.d.). *Suherman Kusniadji: Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*.
- Laranjo, L., Arguel, A., Neves, A. L., Gallagher, A. M., Kaplan, R., Mortimer, N., Mendes, G. A., & Lau, A. Y. S. (2014). The influence of social networking sites on health behavior change: A systematic review and meta-analysis. In *Journal of the American Medical Informatics Association* (Vol. 22, Issue 1, pp. 243–256). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1136/amiajnl-2014-002841>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (n.d.). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan, P., Kualitatif tentang Penggunaan Media Komunikasi bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan Ditha Prasanti, S., & Raya Jatinangor-Sumedang,

- J. K. (n.d.). PENGGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA PEREMPUAN DALAM Pencarian Informasi Kesehatan. In *JURNAL LONTAR* (Vol. 6).
- Megawaty, D. A., & Setiawan, E. (2017). ANALISIS PERBANDINGAN *SOCIAL COMMERCE* DARI SUDUT PENGGUNA WEBSITE. In *Jurnal TEKNOINFO* (Vol. 11, Issue 1).
- Priyandaru, H., Entas, S., Fauziah, S., & Puspitasari, A. (2013).) *Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja Bogor*. <https://jurnalilmiah.id/index.php/abdimas>
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui *E-commerce* Shopee. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Ramadhani, A., Annur, ;, & Hayati, F. (n.d.). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS KONSUMEN RANDANG PAKU IKAN RANGKITO). In *Journal of Islamic Banking* (Vol. 28).
- Ruth, D., & Candraningrum, A. (n.d.). *Debra Ruth, Diah Ayu Candraningrum: Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Sri Subawa, N., & Shinta Sri Sindari, P. (n.d.). Pengaruh Omnichannel Marketing, Product Assortment dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Sociolla. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 06(2), 2023. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i2.25338>
- Suriانشa Program Studi Ekonomi Pembangunan, R., Unisadhuguna Jalan Terogong Raya No, S., & Jakarta Selatan, K. (n.d.). *OMNICHANNEL MARKETING*. 10(2), 2021.
- Tanujaya, C. (2017). PERANCANGAN STANDART OPERATIONAL PROCEDURE PRODUKSI PADA PERUSAHAAN COFFEEIN. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Tinggi, D. P., Gusti, I., & Triyana, N. (n.d.). *Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran MEDIA SOSIAL DALAM PROSES PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI*. <https://kominfo.go.id/>
- Trinita Timbang, G. (2023). *MODEL STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CITRALAND TALLASA CITY MAKASSAR* (Vol. 16, Issue 1).
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing. Introduction to the Special Issue on Multi-Channel

Retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>

Widyastuti, S. (n.d.). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU Solusi Menembus Hati Pelanggan*.

Yanuardi, A. W., Indah, Y., Wahyudi, W. T., & Nainggolan, B. (n.d.). *ANALISIS OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE MATURITY DI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA MATURITY ANALYSIS OF OMNICHANNEL CUSTOMER EXPERIENCE A CASE STUDY IN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA*.

Yapilando, M., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Hotel Ciputra World terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya*.