

DAFTAR PUSTAKA

- AK, W. W., & ZA, T. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Andini, N. P. (2014). Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2013 yang melakukan pembelian online melalui media sosial instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1).
- Amri, A., Khaerana, K., Erwina, E., & Ivon, A. (2023). Pengaruh Hard Skill Terhadap Kinerja Karyawan. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(2), 1456-1463.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176-182.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 4(2), 132-146.
- Arviani, H., Claretta, D., Kusnarto, K., Delinda, N., & Izzaanti, S. (2021). Sosial Media Marketing: Peluang & Tantangan bagi UMKM Lokal Di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 47-56.
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54-65.
- Clow, K. E., & Baack, D. (Eds.). (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8th ed.). Pearson Education limited.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. A. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap brand image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852-862.
- Davina, Y. A., & Harahap, D. A. (2024). Analisis Penyimpanan Bahan Baku Terhadap Kualitas Makanan Di Luwansa Beach Resort Labuan Bajo. *Multiple: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(4), 1526-1534.

- Dewi, W. W. A., & Avicenna, F. (2020). *Social Media Marketing: Consumer Behavior on The Cruelty Free Concern of Beauty Brand*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 95-106.
- Dias, A. H. (2023). *Peran Orangtua Dalam Mengatasi Kecanduan Gadget Pada Anak Usia Dini Studi Kasus di Rt. 002 Rw. 01, Pondok Pucung, Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Dzikri, F., & Latabulo, D. D. J. (2023). Strategi Pemanfaatan Instagram oleh PT Tip Top sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 9(2), 240-251.
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., Jonathan, A., & Celvine, C. (2023). Analisis Penggunaan *Social Media Marketing* dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Ginting, E. A., Perwirawati, E., & Manik, V. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Penginapan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Puncak Siosar Kecamatan Merek Kabupaten Karo Sumatera Utara. *Jurnal Darma Agung*, 32(1), 71-91.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi *Digital Marketing* terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14.
- Hasri, D. (2021). *Digital Marketing* black box: konsep dasar, strategi, dan implementasi.
- Hidayanto, S., & Kartosapetro, I. S. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa. com). *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 9(1), 19-33.
- Hidayatullah, M. F., Rafidah, N. N., Masrurroh, N., & Mauliyah, N. I. (2023). Strategi *Digital Marketing* dengan Instagram dan TikTok Pada Butik DOT. id. *Human Falah*, 10(1), 127-135.
- Hutamy, E. T., Swartika, F., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Persepsi peserta didik terhadap pemanfaatan tik tok sebagai media pembelajaran.
- Kata Data. (2024). 10 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Indonesia Juara Dua (online). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/11/10-negara-pengguna-TikTok-terbesar-di-dunia-indonesia-juara-dua>
- Keni, K., & Kristiawan, T. A. (2020). Pengaruh Packaging, *Social Media Marketing* Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand

- Lokal. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 244-256.
- Kurniawan, P., Syarif, M., & Amaniyah, E. (2019). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan. *Eco-Entrepreneur*, 5(2), 120-138.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 1(2).
- Leli, N., Nurhadiyah, N., Handayani, R. T., & Suhairi, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436-444.
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.
- Mulyana, A. (2023). *Kolaborasi Postingan di Instagram - Inilah Cara Menggunakannya* (online). (<https://taplink.at/id/blog/kolaborasi-posting-di-instagram-inilah-cara-menggunakannya.html#:~:text=Instagram%20meluncurkan%20fitur%20baru%20untuk,menambahkan%20posting%20bersama%20dan%20Gulungan>, diakses 29 Maret 2024)
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291-296.
- Mustikasari, R. P. (2018). Pengaruh Terpaan Web Series Tropicana Slim ‘Sore’ pada Behavioral Intention. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 106-129.
- Najah, A. T. S., & Febriyanti, H. D. (2023). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Melalui Inovasi Manajemen Kurikulum di SMA Al Fattah Sidoarjo. *Indopedia (Jurnal Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan)*, 1(4), 1102-1111.
- Nafidza, S. H. (2024). Evaluasi Pemilu 2024: Urgensi Framing Regulation Terhadap Pembatasan Gerak-Gerik Buzzer. *Sosio Yustisia: Jurnal Hukum dan Perubahan Sosial*, 4(1), 98-118.
- Nurdin, S., Widjaja, Y. R., & Putri, N. E. (2023). Strategi Meningkatkan Minat

- Pembelian Menggunakan *Social Media Marketing* dan *Word of Mouth*. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 97-105.
- Nurindriani, A., & Prakoso, A. A. (2021). Penerapan Pola Manajemen Planning Organizing Actuating Controlling di KB Bina Prestasi Penusupan Tegal. *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 3(2), 164-170.
- Pakpahan, A. V. B., & Djuwita, A. (2019). Penggunaan Circular Model Of SoMe Melalui Instagram@ TRADEMARK_BDG. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Patty, A. D. P., Rizqi, M., & Pratiwi, N. M. I. (2023, January). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Tiktok Dalam Membangun *Brand Image* Rolag Cafe Surabaya. In Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom) (Vol. 1, No. 1, Januari, pp. 43-51).
- Pradika, M. F., & Sumardjijati, S. (2023). Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 5(4), 12807-12820.
- Pratama, R. Y. (2020). Fungsi-Fungsi Manajemen “POAC.”. *Universitas Jenderal Achmad Yani*.
- Prihastuty, D. R. (2023). BAB VIII Sampling. *Pengantar Statistika*, 97.
- Poernamawati, D. E. (2018). Analisis Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Jurnal ADMINistrasi dan Bisnis*, 12(2), 127-137.
- Putri, N. K., & Ernawaty, E. (2020). Viral marketing content for Universal Health Coverage campaign in Indonesia. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(1), 21-36.
- Rusdianto, R. Y., & Setiawan, A. R. (2024). Penerapan Strategi Marketing Dalam Pembuatan Konten Menggunakan Softselling Dan Hardselling Pada TikTok Untuk Meningkatkan *Brand awareness* Kisana. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 130-137.
- Saputra, A. Y. (2020). RRI Net Sebagai Perkembangan Siaran Radio Dan Video Streaming Pada Rri Yogyakarta Di Era New Media Tahun 2019 (Analisis Deskriptif Kualitatif) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152-171.

- Setiawan, D. (2022). Pengendalian Bisnis Pasca Pandemi *COVID 19*.
- Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Solopos. (2024). Kembali ke Filosofi Bakso (online). <https://kolom.solopos.com/kembali-ke-filosofi-bakso-1856432>
- Sutowo, I. R. I., Waluyo, L. S., Venus, A., Qudus, Z. A., & Sabarina, G. (2023). Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Situ Bolang, Indramayu. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 86-97.
- Syifa, P. S. B. N., Arifin, Z., Siburian, O. K., Fitriani, M. W., & Watini, S. (2023). Implementasi Model SIUUL dalam Mengembangkan Kemampuan Manajerial Briefing. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 3718-3723.
- Trisnani, T. (2018). Analisis Akses Dan Penggunaan Media Sosial Oleh Rumah Tangga Dan Individu Di Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(2), 72-86.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Widyastuti, N. R., & Lestari, W. D. (2024). Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Bakso Kadipolo di Surakarta. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 506-520.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of *Social Media Marketing* activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294-1307.
- Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 2(2), 83-91.
- Zaki, M. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14-23.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.