

Daftar Pustaka

- Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., Azmi, M. A., Abdurrahman, U. K. H., Pekalongan, W., & Tengah, J. (2022). Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store (Digital Marketing Analysis of Tiktok Live as a Strategy to Market Anjab Store MSME products). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.35912/JBPD.v2i1.2007>
- Christiani, T. E. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE (Studi Pada Instagram Fujifilm Indonesia)*. <https://tekno.kompas.com/read/2014/06/05/150500>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dewi, C. G. (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*.
- Fawaid Pradika, M., Komunikasi, I., Timur, J., Rungkut Madya No, J., Anyar, G., Gn Anyar, K., & Sby, K. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 05(04), 12807–12820.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) diterbitkan oleh CV. Penerbit Qiara Media*
- Hariyanti, S. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram*.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*.
- Hasbullah Batubara, F. (n.d.). *UTILIZATION OF DIGITAL TECHNOLOGY IN DEVELOPING MARKETING STRATEGIES FOR MSME PRODUCTS*. 6(3), 2022.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Manajemen, 15th edition*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen., T., (2019)., *Marketing Management*
- Lubis, A, S., Handayani, R. (2023). *Generasi Z Dan Entrepreneurship* (Studi teoritis minat generasi z dalam berwirausaha).
- Marlina, L., Ardiana, D, P, Y., Rini, N, K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U.,

- Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astuti, M., Pujiyanto, D. (2020) *Digital Marketing*.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Nanda, C. S. (2022). Analisis Marketing Communication dalam Membangun Brand Image melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus pada Kopiria Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 166–180.
- Narullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Narullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Syber (Cyber Media) (Edisi Kedua). Jakarta: Kencana*.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Oktavia Ayu R. (n.d.). *PEMANFAATAN DIGITAL CONTENT MEDIA SOSIAL TIKTOK*.
- Putri A, S. I. (n.d.). *DIGITAL MARKETING STRATEGY TO SURVIVE DURING COVID-19 PANDEMIC*.
- Saifuddin A. (n.d.). *jurnal terdahulu*.
- Santosa, E.T., 2015.: *Raising Children in Digital Era*
- Septiawan, B., Masrunik, & E. Rizal, M. (2020). *Motivasi Kerja dan Gen Z, Teori dan Penerapan*.
- Sidiq. U, C. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN*.
- Sitorus, S.A., Romli, N.A., Tingga C.P., Sukanteri, N.P., Putri, S.E., Getha, A.P.K., Wardhana, A., Nugraha, K.S.W., Hendrayani, E., Susanti. P., Primasanti, Y.,Ulfah. M., 2022. *Media Sains Indonesia : Bandung, J*.
- Surahman, S. (2019). *Komunikasi Dalam Media Digital*.
- Suratmoaji, C. Nurhadi, Candrasari, Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*.
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Brand Management & Strategy*.
- Utari, U., & Indonesia. *Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Z*

generation yang berjiwa sosial.

Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>