

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, F., Rahayu, A. P., & Agustiningrum, H. (2019). Hierarki Efek Model. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 2(2), 140–145.
- Anggraito, A. P. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Band Indie "Matted Tapes" dalam Mempromosikan Karya Musik Melalui Instagram @bilboard_ina*.
- Ariansyah, M. D., Dini, A. R., & Sukmawati, D. D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun TikTok Winddam.id Melalui Live Streaming TikTok. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 1252–1261.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada.
- Butar, M. B., Cangara, H., & Wahid, U. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM KEGIATAN PROMOSI KULINER @ POLKADOTKITCHEN. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, VII(1).
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8th ed.). Pearson Education.
- Dewi, K. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 507–514. <https://doi.org/10.54082/jupin.189>
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Marketing* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG Principles of Marketing*. Cengage Learning.
- Lasono, I. N., & Novita, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran di Platform TikTok. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 149–158. <https://doi.org/10.54082/jupin.274>
- Maulida, A. N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Falabelle dalam Branding di Instagram*.
- Maulidasari, C. D., & Yusnaldi, Y. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 2(2).
- Pangestuti Purnomo, A. L. (2022). *Strategi Media Sosial Content Marketing Humas Kementerian Koperasi dan UKM dalam Rebranding Koperasi Melalui Instagram*.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Rachmawati, I. K. (2008). *Manajemen sumber daya manusia* (1st ed.). ANDI.
- Ramadena, A. J. (2022a). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial*.

- Ramadena, A. J. (2022b). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Instagram Viar Motor Indonesia)*.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2017). *Organizational Behavior*. Salemba Empat.
- Statista. (2023). *Number of Monthly Active TikTok Users Worldwide from January 2018 to September 2023*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *STRATEGI PEMASARAN* (4th ed.). Andi Offset.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing. University of International Business and Economics International Summer School*.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Watie, E. D. S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial*.
- WIDYASTUTI, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 3(2), 23–36.
- Yupi, Y., & Putri, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran pada Aplikasi TikTok. *Komversal*, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>