

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito dan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat:CV Jejak
- Cannon, Parreault dan Mccarthy. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta:Salemba Empat
- Delaila, F. R dan Nuraeni, Y. 2020. *Peran Media Sosial Instagram dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Rainder Coffee and Kitchen pada Masa Pandemi Covid*. International Journal of Comunication, Management and Humanities. AID Conference.
- Firmansyah. 2019. *Dasar dan Konsep Pemasaran*. Pasuruan:Qiara Media
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produ dan Merek*. Pasuruan:Qiara Media
- Firmansyah, A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan:Qiara Media
- Hadiwinata, K. Mundzir, H, dan Muslim, S. 2020. *Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran dan Branding Bisnis di Era Pandemi Covid 19*
- Hutahayan. 2019. *Peran Kepemimpinan Spiritual dan Media Sosial Pada Rohani Pemuda di Gereja Batak Karo Protenten (GBKP) Cililitan*. Yogyakarta:Deepublish
- Kompas. <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia> diakses pada tanggal 4 februari 2021
- Mahardhika dan Sunariani. 2019. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 16 No. 1, Januari 2019.
- Musfar, T.F. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- MS Glow Store Inc. <https://ms-glow.store/blog/ms-glow-brightening-whitening-series>. diakses pada tanggal 19 September 2021
- MS Glow Store Inc. <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>. diakses pada tanggal 19 September 2021
- Nabila J. dan Sulaiman. 2018. *Pengaruh Upaya Pemasaran Media Sosial Terhadap Tanggapan Konsumen yang Dimediasi Ekuitas Merek Pada Pengguna produk*

Miniso di Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen.
Vol. 3 No. 4, Agustus 2018.

- Nuranisa. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial TikTok Terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu*.
- Nurhalimah, dkk. 2019. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta:Deepublish
- Pustaka Pengetahuan. <https://www.pustakapengetahuan.com/2018/11/aplikasi-tik-tok-pengertian-dan.html> diakses pada tanggal 4 februari 2021
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan:Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia
- Samatan dan Riani. 2020. *Pengaruh Influencer Marketing dan Viral Marketing Terhadap pengambilan Keputusan penggunaan Aplikasi TikTok*. International Journal of Comunication, Management and Humanities. AID Conference.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business*. Buku 1, Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Simamora, B. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Siyoto dan Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet Ke-20, Bandung: Alfabeta CV.
- Suwarman, U dan Tjiptono, F. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor:IPB Press
- Teknoia. <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476> diakses pada tanggal 31 januari 2021
- Tumiwa, Et Al. 2021. *Tetap Kreatif dan Inovatif dalam Pandemi Covid 19 (Jilid 2)*. Jawa Tengah:NEM
- Wikipedia Media Sosial. <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok> diakses pada tanggal 4 februari 2021

SKRIPSI:

Widiyaningsih, Anita. 2015. Pengaruh Efektifitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Kebutuhan Informasi Harga Promosi Tiket Pesawat (Studi Pada Mahasiswa FISIP Untirta). Karya Tugas Akhir (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang.

Nugraheni, Catherina Intan. 2012. Pengaruh Customer Engagement melalui Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merek (Studi pada Facebook Sunsilk Indonesia). Karya Tugas Akhir (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok.

Naomi, Dea. 2012. Pengaruh Online Consumer Engagement Dalam Website Hijup.com Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Terhadap Konsumen Hijup.com). Karya Tugas Akhir (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, Jakarta.

Cholifah, Nike, Suharyono, & Hidayat, Kadarisman (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (survei pada brand kosmetik wardah di counter wardah kota malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). vol. 36, no.1, hh. 170-177.

WEBSITE :

<https://msglowid.com/>

<https://www.tiktok.com/@msglowbeauty>

<https://www.tiktok.com/@officialmsglow>