

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016) Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. CV. Penerbit Qiara Media
- Gunelius, Susan. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta. PT.Indeks.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America: Pearson
- Kriyantono, R. (2010). Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran. Kencana.
- Lewis, B.K. (2010). *Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Preceptions Among College Student*. International Journal of Public Relation Society of America
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. (2002). E-ducation. Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulitatif. Bandung: Alfabeta.
- Aufa, Ribka Katheryn. (2022). Strategi Komunikasi Marketing Produk Perawatan Kulit Bloomka dalam Menarik Minat Beli Konsumen. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS). Vol 4 No.4: 2604-2614
- Diana, Ida Qurota. (2022). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Promosi Hamaya Wedding pada Masa Pandemi. Economics and Sustainable Development. Vol.7, No.1. 2527-6840

- Putri Syifa, Rini Rinawati. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Promosi Brand El Pietro. Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Vol.2, No.2
- Simorangkir, Horan Niko. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku. Jurnal Ilmiah Manajemen Forkmma. Vol 5, No. 2
- Solihin, Dede. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi. Vol 4, No. 1. 38 – 51