

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Makassar: Aksara Timur, 2017)
- Ahmad LMH, F., Rachman S, A., Islam, N., Nurillah, S., & Ruminah, R. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Baby Crab. COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development, 1(3), 94–99
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018)
- Amarudin, A. P., Nurfazriyanti, R., Mediana, T., & Sadida, Y. (t.t.). Strategi Promosi Urban Casual Di Media Sosial Instagram. Dalam *CEBONG Journal ISSN* (Vol. 1, Nomor 1). Online.
- Anang Firmansyah. 2020. Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: Penerbit Qiara Media
- Andi Aldin Alafghani Sofyan, & Dadan Mulyana. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 9–14
- Aprianti Puspita Sari, Skripsi : “STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DAN KESEJAHTERAAN SANIA SHOP” (Metro : Institut Agama Islam Negeri Metro, 2022)
- Arya Nugeraha, dkk, “Analisis Fungsi Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Kriminal di Kota Samarinda”, *eJournal Ilmu Komunikasi* Vol. 1 No. 1 (2020)
- As’adi Muhammad, Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif (Yogyakarta: Garailmu, 2009)
- Bakso Balungan Mak Jah Tempuran Demak Is Solikhatun, K., Imam Rahayu, T., & Ni, A. (2024). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah STRATEGI PROMOSI MELALUI “ MEDIA SOSIAL FACEBOOK” DALAM UPAYA*

*MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN KULINER BAKSO
BALUNGAN* (Vol. 5, Nomor 1)

Bargandini, Anak Agung Istri Syawana, and Ni Nyoman Juwita Arsawati. "Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar." *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4.1 (2022): 1-7.

Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Sosial : Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2005)

Dharma, J. A., Pengabdian, J., Masyarakat, K., & Susilawati, E. (t.t.). *PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA UMKM BINAAN KADIN KOTA BANDUNG* (Vol. 2, Nomor 2).

Dinda Dwi Julia, Skripsi : “PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS USAHA CHILL BILL & PLATTERS)” (Jakarta : Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)

Eni Darmawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-II, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014)

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : Andi, 2008)

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : ANDI Yogyakarta, 2015)

Feri Sulianta, *Keajaiban Media Sosial* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015)

Gina Shafira Nurimani. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58.

Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Nomor 1).

- Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik. (Jakarta: bumi aksara, 2014)
- Instagram” (online), tersedia di:<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada 2 November 2024
- Kaplan, .M dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons.
- Kotler, Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia.
- Kurnia, Siti Zahra Putri. "Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Minat Belajar Bahasa Inggris Komentator." Jurnal Riset Manajemen Komunikasi 3.2 (2023): 91-94
- Lamb Jr, Charles W, Joseph Hair Jr, Carl Daniel, 2001, ”Manajemen Pemasaran”, Edisi Pertama, Jakarta : PT Salemba Empat
- Lexy, Moelong, J. Metodologi Penelitian Kualitatif. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- M. Nisrina, Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uan, (Yogyakarta: Kobis, 2015)
- Mamik, Metodologi Kualitatif, (Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher, 2015)
- Marceline Livia Hedynata dan Wirawan E.D.Radiano, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack”, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.1, No.1 (2016): 89
- Maria Fitriah, Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
- Nabila dkk., Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0, Seri Buku Mahasiswa Komunikasi UMM (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah

- Malang bekerjasama dengan Inteligensi Media (Instrans Publishing Group), 2020), 76
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Permana, E., Amalia, D., Angelica, J., & Agestin, P. (2024). *STRATEGI MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN MELALUI PERIKLANAN PRODUK ERIGO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM* (Vol. 6, Nomor 2).
- Putri Isdwiyanti, Skripsi : “STRATEGI KONTEN KREATIF TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK FASHION @Tokokarungjantan” (Semarang : Universitas Semarang, 2023)
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Revita Sari. (2024). Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Dalam Memasarkan Produk Pada UMKM. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 259–270.
- Salman Al Farisi, Siti Saroh, dan Ratna Nikin Hardat, —ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE LAZADA. *JIAGABI* Vol. 9, No. 2, Agustus 2020, Hal 377-385 ISSN:2302-7150, hal 380
- Samiaji Sarosa, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Sleman: PT.Kanisius, 2021)

- Satria Adhi Wicaksono, Skripsi: —Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan) — (Semarang: Universitas Negeri Semarang)
- Sholihatul Atik H,Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, P-ISSN : 2721-964X / E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021 : 4
- Sofjan Assauri, MANAJEMEN PEMASARAN Dasar Konsep dan Strategi (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2015)
- Sri Widyastuti, Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jakarta Selatan: FEB-UP Press,2017)
- Swastha, Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta 2014)
- Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sugiyono, Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D
- Suharyanto.,dkk. Manajemen Pemasaran Solusi Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara,2023)
- Umar Husein, Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen , (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka)
- Utami, F., & . D. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Tankayo Eco Park. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(3), 728–734

- Wahyuni H, Skripsi : “STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. HADJI KALLA CABANG GOWA” (Makassar : Universitas Negeri Makassar,2019)
- Widiastuti, R.(2018) *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan,Kominfo.*
- Widodo, T., Sihite, I. D., & Wisudanto, W. (2024). Pengaruh Media Sosial Tiktok pada Minat Beli dan Profitabilitas di Industri Kuliner. *Sebatik, 1*, 28.
- William J. Stanton, Prinsip Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 1996)
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. 11(1).*