

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, Wafa. (2024) “Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan” 3, no. 1.
- Agung Anggoro Seto, S.E., M.Si., dkk. *Manajemen Keuangan dan Bisnis Teori dan Implementasinya*. Pertama. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Al-Quran dan Terjemahnya*. (2015) Edisi Kementrian Agama. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Ardiansyah, Risnita, dan M. Syahrani Jailani. (2013) “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Asy’ad al jihadi , Didik Hariyanto. (2024) “Efektivitas Buzz Marketing Tik-Tok Dalam Meningkatkan Penjualan Bakso Masroy Surabaya,”.
- Diana Hertati. *Efektivitas Pelayanan Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Surabaya Single Windows di Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap Surabaya Pusat Kota Surabaya*. Surabaya: CV. Mitra Sumberr Rejeki, 2019.
- Sugito, SE., M.Si, Aryani Sairun, SE., M.Si, et. al. (2022) *Media Sosial (Inovasi Pada Produk dan Perkembangan Usaha)*. Sumatera Utara: Universitas Medan Area Press, 2022.
- Ubaid, Ridlo, MA. (2023), *Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik*. Pertama. Jakarta: Publica Indonesia Utama.
- Dwi, Ida Setya. (2023) “Social Media Marketing Melalui TikTok Sebagai Sarana Pemasaran Produk Umkm Fashion ‘Tulus Signature’ Dan ‘Ghaffa The Label’” 02, no. 01.
- Esti Tri Endarwati, Yuni Ekawarti. (2021) “Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau dari Perspektif Buying Behaviors.” *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*: 112–20.
- Fabian Chandra. (2021) *Sosial Media Marketing*. Pertama. Yogyakarta: Diva Press.
- Feny Rita Fiantika, et. al. (2022) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pertama. 1. Padang Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fred R. David & Forest R. David. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. 16th Edition. Pearson Education, Inc., 2017.
- Freddy Rangkuti. (2009) *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Hessel Nogi S. Tangkilisan. (2005) *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kannapadang, Dwibin. (2021) “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Outlet Todi’ Cell Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja” 9.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. (2016) *Marketing Management*. Always learning / Pearson. Pearson India Education Services, 2016.

- Mahira, Dinda Putri, dan Fatkhur Rochman. (2024) “Pembuatan Konten Video Iklan TikTok Untuk Promosi Menggunakan Aplikasi Wondershare Filmora di Buket In Bloom Project Kota Malang” 9, no. 10.
- Maulani, Izni Nur Indrawati. (2024). “Live Streaming TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital TMade Artisan Souvenir.” *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 7, no. 1: 37–52. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i1.1686>.
- Melly Septia Pardianti, Velantin Valiant, S. Sos, M.Ikom. (2022). “Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi” Vol. XXVII.
- Monica Feronica Bormasa, S.Sos., M.Si. *KEPEMIMPINAN DAN EFEKTIVITAS KERJA*. Pertama. Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022.
- Niken Wulandari, et. al. (2024) *Strategi Meningkatkan Efektivitas Kerja Pegawai Melalui Disiplin dan Motivasi Kerja*. Pertama. Semarang, Jawa Tengah: Serasi Media.
- Nisa Alifah Zahra. (2024). “Strategi Content Marketing Pada Media Sosial TikTok Gebcell.” *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 2: 157–73. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.939>.
- Novita, Diana, Agus Herwanto, Eko Cahyo Mayndarto, Moch Anton Maulana, dan Hanifah Hanifah. (2023) “Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online.” *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 2: 2543–50. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>.
- Nur Zahra, Mutiara Apriliani, Wuri Wulandari, dan Yegar Agnes Citra Widya. (2023). “TikTok Sebagai Media Sosial Populer untuk Komunikasi Bisnis.” *Syntax Idea* 5, no. 10: 1386–94.
- Panguriseng, Andi Anisah, dan Irawati Nur. “Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” t.t.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. (2021). “Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret” 7, no. 1.
- Qomaruddin, Qomaruddin, dan Halimah Sa’diyah. (2024). “Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2: 77–84.
- Raharjo Punto. *Konsep Efektivitas*. (2014). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Raisya Aliya Fatika dan Raisya Aliya Fatika. (2024) “10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?,”.
- Rezeki, Sri. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia,” t.t.
- Ria Estiana, et. al. (2022) *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Pertama. Sleman, Yoyakarta: CV Budi Utama.
- Richard M Steers. *Efektivitas Organisasi, Terjemahan*. Jakarta: Erlangga, 1980.
- Rifa’i, Yasri. (2023) “Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset.” *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya* 1, no. 1: 31–37.

- Sachlan, T W, M Tumanung, dan Chrisai M Riung. (2025) “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Produk Rumah Makan di Kawasan Jalan Boulevard Ii Tuminting Kota Manado,”.
- S.B. Hari Lubis, Martani Huseini. (1987) *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*. Jakarta: Pusat Antar Unoversitas Ilmullmu Sosial UI.
- Sofyan, Rendi Adi, dan Andi Arfian. (2023). “Analisa Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Dengan Metode Topsis” 10.
- Solikah, Mar’atus, dan Dian Kusumaningtyas. (2022) “Tik Tok Shop : Quality System And Marketing Mix On Consumer Satisfaction Of Online Shopping.” *Social Sciences*.
- W, Satria Wira, Rayhan Aydin Yunandhityo, dan Faishal Ghifari. (2023) “Model Produksi Konten TikTok untuk Promosi Produk @silverfank.” *Jurnal Audiens* 4, no. 3: 371–82.
- Wiyanda Vera Nurfajriani, Muhammad Wahyu Ilhami. (2024) “Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif”.
- Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, dan Angri Lismayani. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera,” t.t.
- Zuniananta, Luthfi Endi. (2021) “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan,”.