

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding*, 38-54.
- Opreana, A., & Vinerean, S. (2015). A new Development in online marketing. *Expert Journal of Marketing*, 26(1), 1153–1159. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=84743132&site=eds-live&auth-type=ip,uid%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.09.009%5Cnhttp://portal.acm.org/citation.cfm?id=1930536%5Cnhttp://dl.acm.org/citation.cfm?id=1930536%5Cnhttp://dx.doi>
- Rahmaniar, A., Syahirah, A. N., Tiara, A., Abimayu, A., Vanchudsi, A., Prameswari, A. D., ... & Maitimu, K. (2023). *Bunga Rampai Isu-isu Komunikasi Kontemporer 2023*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Sawicki, A. (2016). Digital Marketing; *World Scientific News*, 48, 82–88. https://eshoped.gr/ti-einai-to-neuromarketing-kai-i-sxesi-tou-me-to-digital-marketing/?fbclid=IwAR0b9YiiZa0k0UCh5zPsVa7gCKKGBY44DKq5kemWWf_eTFiujS7CHMH7krY
- Setianingtyas, A., & Nurlaili, E. I. (2020). Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 207. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2365>
- Sinaga, M. F., & Kurniawan, R. R. (2022). Implementasi Manajemen Operasional Pada Bisnis Thrift Shop dan Cafe. *Articles on Operations and Supply Chain Management (OSCM)*, 1(1).