

Daftar Pustaka

- Fuchs, C. (2014). Social Media Social Media. In *Media* (Vol. 58, Issue 10).
<https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Kho, B. (2025). *Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) – 4P dan 7P*.
<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-marketing-mix-bauran-pemasaran-4p-dan-7p/>
- 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.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Syahputra. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Udin Saripudin (ed.)). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/560444/manajemen-pemasaran>
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Zahroh, R. U., & Pradana, A. S. (2022). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi Digital Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 6(1), 1–10, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.32528/jkm.v6i1.7431>