

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adams Jr, H. P., Bendixen, B. H., Kappelle, L. J., Biller, J., Love, B. B., Gordon, D. L., & Marsh 3rd, E. E. (1993). Classification of subtype of acute ischemic stroke. Definitions for use in a multicenter clinical trial. TOAST. Trial of Org 10172 in Acute Stroke Treatment. *Stroke*, 24(1), 35–41.
- Faisal, S. (1990). *Qualitative Research: Fundamentals and Applications*. Malang: Asih Asuh Foundation.
- Flew, T. (2007). *New media: An introduction*. Victoria: Oxford University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing strategy*. London: London Business Forum.
- Luttrell, R. (2018). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Pracoyo, T. K. (2006). *Aspek dasar ekonomi mikro*. Grasindo.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Statistik Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia 2023*. (2023).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Jurnal :

- Adi, W., & Prabawati, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176.
- Ansori, F., Suratmi, T., Tamba, M., Bakrie, B., & Rachmawati, F. (2022). Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Apartment Suite Trivium PT. Lippo Cikarang. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 17–31.
- Arianto, B. (2023). Kebermanfaatan Media Sosial Bagi Generasi Internet: Studi Fenomenologi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–15.

- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial *TikTok* Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutives (@ hellofrutives). *JUSTIN (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 10(1), 26–33.
- Azis, A. N., & Sofyan, A. (2021). Hubungan antara Daya Tarik Iklan Instagram Nah Project dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 17–22.
- Boyd, T. C., & Mason, C. H. (1999). The link between attractiveness of “extrabrand” attributes and the adoption of innovations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(3), 306–319.
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1–10.
- Budiyono, B. N. M. (2004). Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk (Studi Kasus Minat Beli Produk Baru TELKOM FLEXI di Surabaya). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3(2), 181–194.
- Cahyono, Y. D. (2015). E-learning (EDMODO) sebagai media pembelajaran sejarah. *Jurnal Penelitian*, 18(2).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun *TikTok* Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Elvirawati, R., Rahman, K. A., & Muspawi, M. (2022). ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN (ABILITY) DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI PADA SEKSI KELEMBAGAAN SARANA DAN PRASARANA PKLK DINAS PENDIDIKAN PROVINSI JAMBI. *Qalam: Jurnal Ilmu Kependidikan*, 11(2), 72–78.
- Firmansyah, M., & Masrun, M. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159.
- G. Moodie, D., & Mitra, N. (2021). Business and benevolence: a cross-disciplinary intervention. *Journal of Human Values*, 27(1), 7–14.
- Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2).
- Harianja, V. V. (2019). Emosi adalah. *Jurnal Latihan*, 1(1), 1–12.
- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021a). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11.

- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021b). Pemanfaatan media tik tok sebagai media dakwah bagi dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11.
- Jasri, Arfan Nadia, Hasanuddin, & Ali Hasan Hurriah. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research Vol. 6, No.2 (2022)* (6th ed.). Iltizam Journal of Shariah Economic Research.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of qualitative descriptive studies: A systematic review. *Research in Nursing & Health*, 40(1), 23–42.
- Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, persepsi harga terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian di Qonita Property Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 4), 1929–1939.
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 234–239.
- Maulidasari, C. D. (2020). Dampak pemasaran online di era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2).
- Mubin, N. (2018). Integritas dan Akuntabilitas dalam Pengelolaan Keuangan Sekolah/Madrasah. *STAI Daruttaqwa Gresik*.
- Mumtaz, Z. S., & Saino, S. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282–291.
- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. In *Telecommunications policy* (Vol. 39, Issue 9, pp. 745–750). Elsevier.
- Pakpahan, A. V. B., & Djuwita, A. (2019). Penggunaan Circular Model Of SoMe Melalui Instagram@ TRADEMARK_BDG. *EProceedings of Management*, 6(2).
- Permata Sari, S. (2020). STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITAL. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Pratama Oktabi. (2023). SELF DISCLOSURE GENERASI Z MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU). *Instituional Repository*.

- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok@jogjafoodhunterofficial*). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <file:///C:/Users/user/Downloads/40467-114351-1-PB.pdf>
- Prihantoro, C., Hidayah, A. K., & Fernandez, S. (2021). Analisis Manajemen Bandwidth Menggunakan Metode Queue Tree pada Jaringan Internet Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Just TI (Jurnal Sains Terap. Teknol. Informasi)*, 13(2), 81.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan melalui social media. *Jakarta: PT Elex Komputindo*.
- Ramadhan, H., Ilham, R. P., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok@jogjafoodhunterofficial*) Analysis of Digital Marketing Techniques in *TikTok* Application (Case Study of@ *jogjafoodhunterofficial*). *Online) Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Setiadi, A. (2016a). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiadi, A. (2016b). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setyawati, R., Si, M., & Si, M. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Real Property Melalui Digital Marketing sebagai Variabel Intervening di Yogyakarta. 9 (1), 68–84. *Library STIE Widya Wiwaha*.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–228.
- Sukaesih, I., Rosyid, R., & Immawati, S. A. (2023). PENGARUH LOKASI PROPERTI, JENIS PROPERTI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI DIGITAL MARKETING. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(3), 554–567.
- Syahkuan, J., Nimah, S., Azis, M. A., Bakri, A. A., & Absor, S. M. U. (2022). Peranan Jargon pada Iklan Minuman Ringan Teh Botol Sosro. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(06), 926–932.
- Triyana, I. G. N. (2018). Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 5(1).
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61.
- Wahono, M. S., Pranowo, A., & Ulfa, S. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok untuk Sarana Promosi Kesehatan. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 4(1), 181–188.

Warini, N. L., Dewi, N. P. E. S., Susanto, P. C., & Dewi, P. C. (2020). Daya tarik *TikTok* sebagai media pembelajaran bahasa Inggris online. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 3.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.

Yahya, L. M., Nazaruddin, E., Alfiana, M. P., & Sabrina, C. P. (2023). Analisis Daya Tarik Konsumen Toko Kue Balqis Di Payakumbuh Dengan Correspondence Analysis. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1603–1611.

Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the reasons and development of short video application-Taking Tik Tok as an example. *Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines*, 12–14.

Karya Ilmiah :

HAYATI DINDA RIZKY. (2021). PEMANFAATAN MEDIA *TIKTOK* SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH IKHWAN MUKHLIS. *Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto*.

Nur Safika. (2021). “Strategi Branding Pariwisata melalui Instagram di Kota Parepare” . *FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE*.

Putra, A. P. (2019). *Aplikasi Manajemen Data dan Aplikasi Katalog Pemasaran Bisnis Properti Berbasis Android menggunakan Firebase Realtime Database (Studi Kasus PT. Ditama Diessa Indonesia)*.

Putu Novia Karlina Ni, & Ketut Seminari Ni. (2015). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. KARYA PAK OLES TOKCER DENPASAR. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*.

Rahmawati Siska. (2018). *FENOMENA PENGGUNA APLIKASI TIK TOK DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG*.

Riyadi Slamet. (2017). *ANALISIS DAYA TARIK KONSUMEN MELALUI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN*.

Septya Agustin Nanda. (2024). *ANALISIS PEMANFAATAN KONTEN TIKTOK @buiramira DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI SKRIPSI* .

SETIAWATI RIRIN. (2020). *KESEHATAN MENTAL PERSPEKTIF M. BAHRI GHAZALI*.

Sulfiana, W. N. (2017). *Sikap dan kepuasan konsumen terhadap paket menu lele terbang, kaitannya dengan bauran pemasaran di Rumah Makan Sambal Lalap Bandar Lampung.*

SURVEI HARGA PROPERTI RESIDENSIAL 2023. (2023).

Susanto, H., & Akmal, H. (2019). *Media Pembelajaran Sejarah Era Teknologi Informasi (Konsep Dasar, Prinsi Aplikatif, dan Perancangannya).* FKIP Universitas Lambung Mangkurat.

Umairroh Umi. (2021). Pengaruh Pemasaran Dan Daya Tarik Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Qurban (Studi Kasus BTN Syariah H. Juanda Medan). *UIN SUMATERA UTARA.*

Website :

Apa Itu Douyin, Aplikasi yang Hanya Bisa Diakses oleh Warga China? (2021).

Ari Wibowo Eko. (2023, August 9). Jokowi Senang Sektor Real Estate Jadi Salah Satu Penyumbang PDB Terbesar. *Tempo.Co.*

Ayu Rizaty Monavia. (2023, December 12). Data Jumlah Pengguna *TikTok* di Indonesia hingga Oktober 2023. *DataIndonesia.Id.*

Djumena Erlangga, & Puspa Sari Haryanti. (2023, November 7). Beli Rumah Baru Gratis PPN 100 Persen, Simak Persyaratannya. *Kompas.Com.*

Doni. (2023). Pemerintah Siapkan Hunian Layak dan Bersubsidi. *KOMINFO.*

Fatmawati Nurul. (2021, November 2). Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat. *Djkn.Kemenkeu.Go.Id/.*

Karunia Dita. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Oleh Diskominfo Jawa Barat Sebagai Media Klarifikasi Informasi Hoax.*

Mutia Annur Cindy. (2023, September 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023 TEKNOLOGI & TELEKOMUNIKASI.* Katadata.Co.Id.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.*

Tri Haryanto Agus. (2018, July 3). Ini Kronologi Pemblokiran Tik Tok di Indonesia. *DetikInet.*

Yuniar Angga. (2022, July 4). Pentingnya Sektor Properti Dongkrak Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Liputan6.Com*