

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Laporan penetrasi internet Indonesia 2024.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik telekomunikasi Indonesia 2024 (data/laporan).
- Creswell, J. W. (2008). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (3rd ed.). SAGE Publications.
- <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom> Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 171-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Kusnindar, A. A., Pratiwi, D., & Yuniarsih, T. (2022). Optimalisasi digital bagi pedagang pasar tradisional. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 100-108.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62.
- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*, 30(7), 537–542. <https://doi.org/10.1177/0267659114559116>.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). SAGE Publications.
- Ningrum, T., Stiawan, D., & Utami, Y. L. (2025). Digitalisasi dalam Ekonomi Kreatif Halal: Peluang dan Tantangan (Studi Kasus Tokopedia Salam). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 141-149.
- Novita, E. (2023). *PENGARUH IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN KOSMETIK MAKE OVER (Studi Pada Mahasiswa UPI “YPTK” Padang Angkatan 2019)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang).
- Putra, I. G. S., Sugianingrat, I. W., & Astrama, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 844-854.

- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). Integrated marketing communications. McGraw-Hill/NTC.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di
- Wijaya, M. E., & Wibawa, A. (2022). Indonesia berpetualang ke dunia digital: Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik*, 2(11), 492-497.
- Yudianto, P., Ratnasari, S. L., Hasibuan, S. S., Hamidi, H., Sutjahjo, G., Winarso, W., ... & Nuryanto, N. (2024). ANALISIS STRUKTUR ORGANISASI MATRIKS TERHADAP KEUNTUNGAN BISNIS. *JURNAL DIMENSI*, 13(2), 625-633.
- Yuni, I. D., Lubis, F. A., & Arif, M. (2024). Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Di Era Digital Kabupaten Asahan. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 190-197.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Setyawan, A. (2024). Tiktok Algorithm and Its Impact on Marketing Strategy. *RADINKA JOURNAL OF SCIENCE AND SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*, 2(3), 361-369.