

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. D. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Arifin. (2014). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damardjati. (2010). *Manajemen Perjalanan Wisata*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ernawati. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal. *Jurnal Wawasan Management*, 17-32.
- Greysenly. (2023). *Memanfaatkan TikTok Sebagai Sarana Bisnis : Strategi Pemasaran Efektif di Era Digital*. Idmetafora. Retrieved from <https://idmetafora.com/news/read/3617/Memanfaatkan-TikTok-sebagai-Sarana-Bisnis-Strategi-Pemasaran-Efektif-di-Era-Digital.html>
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Haenlein, A. K. (2010). *User Of The World, Unite The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Belanda: Elsevier.
- Hidayat, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Kartini, B. (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media*. USA: The McGraw Hill Companies.
- Kotler, A. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- M.A.Camilleri. (2018). *Marketing, Targeting, and Positioning*. Switzerland: Springer.
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran era Tradisional sampai era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

- Newsroom, T. (2023, maret 7). Retrieved from <https://newsroom.tiktok.com/in-id/beragam-fitur-baru-tiktok-untuk-remaja-dan-keluarga>
- Nuriata. (2019). *Perencanaan dan Pelaksanaan Perjalanan Wisata*. Bandung: Alfabeta.
- Prosenjit, & Anwesana. (2021). International Journal of Recent Scientific Research. *An Unusual Case of Video App Addiction Presenting as Withdrawal Psychosis*. Retrieved from <https://doi.org/10.24327/IJRSR>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=RCzyDwAAQBAJ&lpg=PA1&hl=id&pg=PA11#v=onepage&q&f=false>
- Sinaga. (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Medan: Kertas Karya.
- Smith, C. D. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Abingdon: Routledge.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Van Dijk, J. (2013). Understanding Social Media. *Media and Communication, 01 - 01*. Retrieved from <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Wardhani. (2015). Pengembangan Produk Wisata Cycling Tour di Panorama Destinasion. In Halida, *Tugas Akhir Program Studi D3 Kepariwisata UGM*. Yogyakarta: Sekolah Vokasi UGM.
- Winarso, B. (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-Fitur nya?* Jakarta: PT. Digital Stratup Nusantara.
- Winartha. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yusuf. (2014). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan"*. Jakarta: Prenadamedia Group.