DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.

Abiyyuansyah, F. (2019). *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang)*. Universitas Brawijaya.

Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi *Digital Marketing* Menggunakan *Platform E-Commerce* dan Media Sosial Terhadap Masyarakat dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, *5*(1), 63–72. https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293

Anugrah, S. N., Hadfizi, A. H., & Wibowo, Y. G. (2023). Pengaruh Promosi Produk Melalui Media Sosial Tiktok dan *Review* Produk pada *Marketplace* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Unmuh Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, *2*(2), 173–182. https://doi.org/10.36841/jme.v2i2.2668

Christian, I., & Wulan, S. A. (2024). Penjualan Properti 2025 Suram, Dibutuhkan Pengungkit Daya Beli. *Alinea.Id*. Diakses pada 20 April 2025, dari https://www.alinea.id/bisnis/penjualan-properti-2025-suram-dibutuhkan-pengungkit-daya-be-b2kJa9QTX

Citra, L. B. (2022). *Penggunaan Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi untuk Peningkatan Penjualan pada PT. Musawa Jaya Perkasa*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Claesson, A., & Jonsson, A. (2017). *The Confusion of Content Marketing : A Study to Clarify the Key Dimensions of Content Marketing*. Kristianstad University.

Derivanti, A. D., & Ramadhani, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Mitra *Property Group* dalam Meningkatkan Penjualan *Property* di Perumahan Sentul City Bogor. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, *1*(4), 435–448. https://doi.org/10.54066/jikma.v1i4.571

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. https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132

Dewi, K. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era *Digital* pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *3*(2), 507–514. https://doi.org/10.54082/jupin.189

Dewi, N. P. S., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, Dewi, R. D. L. P., Susanti, R. D., Ohorella, N. R., Ruddin, I., & Utomo, S. B. (2023). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: Yayasan Literasi Sains Indonesia.

Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.

Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, *8*(1), 22–38. https://doi.org/10.30659/jikm.8.1.22-38

Febrianto, E. (2023). Strategi Promosi Perumahan Jaya *Imperial Park* Tangerang untuk Menarik Konsumen Baru. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, *11*(11), 1–15. https://doi.org/10.33592/dk.v11i1.3331

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

Frederica, T., & Oktavianti, R. (2023). Pemanfaatan Media *Digital* sebagai Sarana Pemasaran Perusahaan Properti. *Prologia*, *7*(2), 379–389. https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21419

Handayani, O. D., & Putri, B. P. S. (2024). Analisis Karakteristik *Social Media Marketing* Instagram @Sejauh Mata Memandang. *E-Proceeding of Management*, *11*(2), 1353–1359.

Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *KOMUNIKATA57*, *4*(1), 21–29. https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748

Kartini, A. P. P. (2023). *Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Tempo.Co. Diakses pada 26 Maret 2025, dari https://www.tempo.co/ekonomi/mengenal-tiktok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia-117339

Kemp, S. (2025). *Digital* 2025: Indonesia. In *DataReportal - Global Digital Insights*. Diakses pada 26 Maret 2025, dari https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Komalasari, D., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, *2*(5), 1–5. https://doi.org/10.55314/jsp.v2i5.151

LaFleur, G. (2023). *Definition TikTok*. TechTarget. Diakses pada 26 Maret 2025, dari https://www.techtarget.com/whatis/definition/TikTok

Laksmi, K. W., Angellina, N. W. E., & Lasmi, N. W. (2023). Penerapan *Digital Marketing* dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Properti di Netra Properti. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(4), 2606–2612. https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6461

Leasfita, A., & Elysa, R. (2022). Peran Konten Misteri dalam Pembentukan

Personal Branding Youtuber. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, *2*(1), 49–56. https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i1.1211

Maulidasari, C. D., & Hidayat, M. R. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen (JBKSM)*, *3*(2), 139–148. https://doi.org/10.35308/jbkan.v3i2.1379

Mukhyi, M. A. (2023). *Metodologi Penelitian: Panduan Praktis Penelitian yang Efektif*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Banyumas: CV. Pena Persada.

Mutia, A., & Ritonga, H. M. (2024). Inovasi dan Strategi *Marketing* pada Bisnis *Developer* Perumahan dalam Pemasaran Produk *Smart Home* di Era *Digital*. *AFoSJ-LAS*, *4*(2), 110–116. https://doi.org/10.58939/afosj-las.v4i2.775

Novia, N. H., Bahri, K. N., Rotua, E., Kanaidi, Noviany, H., Rahayu, I., Sukmadi, Tarunajaya, W. B., Gittawati, A. A. F., Kurniawan, M., Sarmidi, Goeltom, A. D. L., & Triyanto, I. R. (2023). *Strategi Digital Marketing*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Permana, E., Stalastiana, D., Khalisoh, R., & Syamsurizal, S. (2024). Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Konten Kreatif dalam Pemasaran Media Sosial Tiktok *Brand Tenue De Attire*. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *2*(3), 169–180. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.931

Pramitasari, T., Romadhan, M. I., & Hakim, L. (2023). Strategi *Marketing Communication* dengan Metode Sostac pada Xavier Marks Darmo. *Jurnal Prosiding Semakon (Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi)*, *1*(1).

RayWhite. (2023). Generasi Z dan Millennial Penerus Investasi Properti. *Ray White Indonesia*. Diakses pada 20 April 2025, dari https://www.raywhite.co.id/news/091846-generasi-z-dan-millennial-penerus-investasi-properti?srsltid=AfmBOorhiXIFZnWsIC5mIpjS_IM5vs5G3sqH-RdyY7OZU9pzrtriOp-_

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial Tiktok sebagai Platform untuk Pengembangan Bisnis di Era Digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 143–149.

Sarusu, A. M., Datau, S., Suherman, J., & Mutakin, A. H. (2025). Analisis Pengaruh Pemasaran Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Abhillmaker. *Digital Transformation Technology*, *4*(2), 1096–1101. https://doi.org/10.47709/digitech.v4i2.5071

Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Netword Media*, *2*(2), 1–27. https://doi.org/10.46576/jnm.v2i2.562

Susanto, D., & Izazi, Z. Z. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Marketing pada Penjualan Properti di Brighton Real Estate. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, *1*(3), 69–74. https://doi.org/10.63200/jependimas.v1i3.27

Wandira, L., & Laoli, N. (2024). Penjualan Rumah Tapak Lesu pada Tahun Politik, REI: Penurunan Hingga 25%. *Kontan.Co.Id*. Diakses pada 20 April 2025, dari https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-rumah-tapak-lesu-pada-tahun-politik-rei-penurunan-hingga-25

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: PT. Literindo Berkah Karya.