

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Kencana.
- Laili, A. V. (2022). *Pengaruh Akun Tiktok @Swaragembira Terhadap Sikap Followers Dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional*. Lampung: Universitas Lampung.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (1989). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyati. (2015). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Syukriadi. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Amalia, I., & Putri, Y. R. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Maybelline Terhadap Brand Awareness Produk Kosmetik Maybelline*. 7(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13586>
- Chealse, Iflah, Kurnia & Sekartaji. (2022). *Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness "Somethinc" Pada Pengguna Instagram*. Jurnal Komunikasi. 13(2). <https://10.31294/jkom>
- Haddy, L. R., & Morrissan. (2017). *Efek Iklan Bahaya Merokok Di Televisi Terhadap Mahasiswa Perokok*. Jurnal Visi Komunikasi. 6(2). Doi : <https://dx.doi.org/10.22441/visikom.v16i2.3803>
- Hadi. I. P. (2017). *Kultivation Theory Sebuah Perspektif Teoritik Dalam Analisis Televisi*, Jurnal Ilmiah *scriptura*. 1(1). Doi : <https://doi.org/10.9744/scriptura.1.1>.
- Hutamy, E. T., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). *Efektivitas Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik*. Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa. 11(01).
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). *Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. 12(1). Doi : <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). *Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas*. Jurnal Komunikasi. 13(2).
- Novita. D., Herwanto, A., & Yuliani, N. (2021). *Meningkatkan Brand Awareness Menggunakan TikTok For Business*. Seminar Nasional Sains dan Teknologi. 1(1). Doi : <http://dx.doi.org/10.36499/psnst.v1i1.4975>
- Rahma & Wulandari. (2020). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Menggunakan Instagram Terhadap Brand Awareness Pada BPW Clean Bandung Tahun 2020*. 2.
- Rahmasari, H. &, & Lutfie, I. H. (2020). *Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Aplikasi Edulogy Di Bandung Tahun 2019*. 6(1).
- Utomo. I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. Jurnal Komunikasi. 8(1). doi : <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i1.2327>

Windi, R., & Tampenawas, J. L. A. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing Dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023)*. Jurnal EMBA. 11(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/49429>

Skripsi

Ismawati, E. (2022). *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Awareness Bittersweet By Najla*. Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Klara. (2021). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @Netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film Di Netflix (Studi Pada Followers Instagram @netflixid)*. Fakultas Ilmu Dan Sosial Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Putri, A. R. I. (2022). *Pengaruh Terpaan Akun Media Sosial Tiktok @acabillaaca Terhadap Minat Beli Produk Oleh Followers*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tidar.

Putri, Q. K. M. (2022). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Tiktok @Ndshvv Terhadap Brand Awareness Produk Camille Beauty*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Shalia, N. S. (2023). *Pengaruh Terpaan Video Akun Tiktok Dr. Farhan M (@Farhanzubedi) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Pada Followers*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik , Universitas Lampung.

Website

Datareportal.com. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. datareportal.com

Jiniso.id. (2021). *Jiniso*. <https://www.jiniso.co.id> (Diakses pada tanggal 21 Desember 2021)

Kompas.com. (2021). *Dian Fiona Buktikan Brand Jeans Berkualitas Tidak Hanya dari Luar Negeri Saja*. kompas.com.