

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Prenada Media.
- Dr. Wira Yudha Alam S.IP., S. M. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan PembelianKhan, G. F. (2017). *Socia Media Government*.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Ayesha, I. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Harrison, A. E. (2017). *Exploring Millennial Leadership Development: An Evidence Assessment of Information Communication Technology and Reverse Mentoring Competencies*. *Case Studies in Business and Management*, 25-48.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Cholil, A. M. (2020). *150 Brand Awareness Ideas*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Philip Kotler, G. A. (2012). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif*.
- ### Jurnal & Skripsi
- Alfauziah, R. N. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SCARLETT WHITENING MELALUI INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUCT BODY LOTION SCARLETT WHITENING.
- Budimansyah, B. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Stuja Coffe untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Setelah Masa Pandemi.
- Pamungkas, F. T. (2018). PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah Operasi V Purwokerto). 13
- Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Fathromy dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Media Sosial Instagram. (2022).
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 78-83
- Zanuar Rifai, H. F. (2021). Metode SOSTAC Untuk Penyusunan Strategi Digital Marketing. : *Jurnal Sains dan Manajemen*, 89.
- Widyaharsana, J. I. (2010). *Mobile Marketing: Sebagai Media Pemasaran*. Ppm

Manajemen.

Clairine, F., & Widayatmoko. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @sisilism Terhadap Kepuasan Followers Terkait Sex Education . *Koneksi*, 228-235.

Koirudin, K. (2022). Demokratisasi Pasar Dalam Iklan Produk PerawatanKewanitaan. *Jurnal Kajian Budaya*.

Eunike Jayanti Widiastuti, Y. I. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui. *Jurnal Representamen*, 73-83.

Krisdanu, C. A. (2023). TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI*, 24-63.

Ida Ayu Nadia Varena, I.B. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 624.

WEBSITE

Dahono, Y. (2021, February 15). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. Retrieved from BERITASATU:

<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

Ramadhan, B. (2022, Oktober 8). Perkembangan TikTok sebagai Sarana Digital Marketing di Indonesia. Retrieved from kompasiana.com:

<https://www.kompasiana.com/bayu1127/634183bfc1cb8a575a57c522/perkembangan-tiktok-sebagai-sarana-digital-marketing-di-indonesia>

Hira, A. (2024, January 3). 8 Cara Tingkatkan Brand Awareness Dengan TikTok Marketing. Retrieved from markplusinstitute.com:

<https://markplusinstitute.com/explore/memanfaatkan-tiktok-marketing/>

Putri, A. (2021, Desember 19). TikTok Menjadi Media Baru Pemasaran Bisnis.

Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/adistria-putri/tiktok-menjadi-media-baru-pemasaran-bisnis-1x8QxL6OahI>

Wahyudi, M. D. (2023, September 29). TikTok vs. Instagram: Mana yang Lebih Baik untuk Brand Awareness? Retrieved from paper.id: <https://www.paper.id/blog/tips-dan-nasihat-umkm/tiktok-vs-instagram/>

Franly, D. (2022, September 5). Memahami Pengertian, Karakteristik, dan Konsep Media Baru. Retrieved from kompasiana.com:

<https://www.kompasiana.com/dessyfranly05/63149dbd18333e70bc5a6552/memahami-pengertian-karakteristik-dan-konsep-media-baru>

Gunawan, J. (2021, Juli 26). *Apa itu ROAS, Cara Menghitung, dan Mengoptimasinya*. Retrieved from meson-digital.com: <https://meson-digital.com/blog/roas-return-on-ad-spend/>

Wahyunanda Kusuma Pertiwi, R. W. (2020, Desember 10). *Apa itu Shadowban Instagram, Penyebab dan Cara Mengatasinya*. Retrieved from tekno.compas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2020/12/10/19200067/apa-itu-shadowban-instagram-penyebab-dan-cara-mengatasinya>

