

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135 – 148.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 109–116.
<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/263>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia*. *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 10, No. 2, (2021) ISSN: 2337-3539 (2301-9271 Print)*.
https://ejournal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/76691
<https://broonet.com/peta-jakarta/>
- Compas. (2021) <https://compas.co.id/article/penjualan-serum/> (Senin, 19 Juni 2023, jam 11.46)
- Conney, S. (2021). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari? Halaman all – Kompas.com*. Tekno.Kompas.Com
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all> (Senin, 10 Oktober 2022, jam 15.45)
- Databoks.katadata.co.id. (2022) *Warga Dunia Rata-rata Nonton TikTok Lebih dari 1.5 Jam per Hari*
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/02/warga-dunia-rata-rata-nonton-tiktok-lebih-dari-15-jam-per-hari#:~:text=Media%20sosial%20TikTok%20memiliki%20rata,hari%20pada%20kuartal%20II%202022.>
- Dinisari, M, C. (2022). *Jessica Lin, Co Founder Skin Care Whitelab yang Sukses Raih Beragam Penghargaan – Enterpreneur.bisnis.com*.

- <https://enterpreneur.bisnis.com/read/20220119/265/1490780/jessica-lin-co-founder-skincare-care-whitelab-yang-sukses-raih-beragam-penghargaan> (Senin, 10 Oktober 2022, 13.30)
- Dinna, S. (2019). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN PUYO DESSERT SALTED CAMEL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS : Survei Pada Followers Instagram PUYO Dessert - *Repository UPN Veteran Jakarta*. In repository.upnvj.ac.id. <https://repository.upnvj.ac.id/121/>
- Dihni, V. A. (2022). *Pengguna Tiktok Terus Bertambah sampai Kuartal I 2022* - [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022> (Senin, 10 Oktober 2022, jam 14. 24)
- Dihni, V. A. (2022). *Pengguna Tiktok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya* - [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya> (Jum'at, 13 Januari 2023, jam 13.12)
- Demis, G. (2021). *Konsumsi Data Mobile di Indonesia Naik 22 Persen Selama Pandemi*. [Id.Techinasia.Com](https://id.techinasia.com). <https://id.techinasia.com/opensignal-konsumsi-data-mobile>
- Doni. (2021). *Internet, Primadona Kala Pandemi* - [Kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id). <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36448/internet-primadona-kala-pandemi/0/artikel> (Senin, 10 Oktober 2022)
- Halim, K. S., & Sari, W. P. (2022). Pengaruh Iklan Scarlett Whitening di Aplikasi Tiktok terhadap Brand Awareness Generasi Z. *Prologia*, 6(1), 6–11. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10252>
- Haryani, M. (2020). *Pengusaha Harus Putar Otak demi Bisnisnya Tetap Bertahan di Masa Pandemi Covid-19*. - [Tribunnews.com](https://www.tribunnews.com). <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/09/21/pengusaha-harus-putar-otak-demi-bisnisnya-tetap-bertahan-di-masa-pandemi-covid-19> (Senin, 10 Oktober 2022, jam 13.55)

- Hasyim, D., Imran, A., & Imran, H. A. (2017). PERAN SAMPLING DAN DISTIBUSI DATA DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI PENDEKATAN KUANTITATIF. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 111–126. <https://doi.org/10.31445/JSKM.2017.210109>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Krisnawati, D. (2016). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Aqua (Studi Masyarakat di Kota Bandung)*.
- Khoyrunnisa, R., Hidayati, N., & Athia, I. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Implora Di Malang*. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15520>
- Kompas.com. (2023) *10 Kota Terdapat di Dunia 2023, Jakarta Nomor Berapa?* <https://travel.kompas.com/read/2023/03/06/120600027/10> (Rabu, 31 Mei 2023, jam 20.08)
- Lestiani, X., & Widiasanty, G. (2021). *Pengaruh Promosi pada Media Sosial TikTok terhadap Brand Awareness Tiket.com*. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/31744>
- Muqsith, M. A. (2021). *Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital*. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/adalah/article/view/17932>
- Muqsith, M. A., Pratomo, R. R., & Kuswanti, A., & Muzykant, V, L. (2021). *Social solidarity movement to prevent the spread of COVID-19 pandemic in Indonesia*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=WDfOVMAAAAJ&citation_for_view=WDfOVMAAAAJ:ULOm3_A8WrAC
- Novianty, D & Dicky, P. (2022). *Tiktok Shop Jadi Media Sosial Terbanyak Dipakai Orang Indonesia Berbelanja* - *Suara.com*. <https://www.suara.com/tekno/2022/09/22/110057/tiktok-shop-jadi-media-sosial-terbanyak-dipakai-orang-indonesia-berbelanja?page=all> (Jum'at, 21 Oktober 2022, jam 10.35)

- Octaviani. (2021). *PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @ANYAGERALDINE TERHADAP KECENDERUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS REMAJA DI KALANGAN FOLLOWERSNYA (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @anyageraldine)*. <http://repository.upnvj.ac.id>
- Putra, I. P. D. S. S (2022). *Analisis Konten Video Iklan Pada Aplikasi TikTok Untuk Meningkatkan Brand Awareness*.
<https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/514/369>
- Putri, Q. K. M. (2022). *Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok @ndshv Terhadap Brand Awareness Produk Camille Beauty (Survei Penelitian pada Generasi Z Di Jakarta)*.
<https://repository.upnvj.ac.id/19047/>
- Rizaty, M, A. (2022). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia - DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia> (Senin, 10 Oktober 2022, jam 14.12)
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG LIMITED | Pro Mark*. 10. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/734>
- Severin, W. J & Tankard, J. S. (2014). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan di Media Massa*. (Edisi Kelima)
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001–015.
<https://doi.org/10.35212/277621>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D | Prof. Dr. Sugiyono | download*. <https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>
- Sugiyono. (2013). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. In *Jurnal Hikmah* (Vol. 14, Issue 1). <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Tamtono, A, B. (2021). *3 Perusahaan Ritel Besar yang Tutup Gerai di Tengah Covid-19, Mana Saja?* - [Kompas.com](https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/26/150500265/3-perusahaan-ritel-besar-).
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/26/150500265/3-perusahaan-ritel-besar->

yang-tutup-gerai-di-tengah-pandemi-covid-19-mana?page=all (Selasa, 11 Oktober 2022, jam 11.22)

- Utama, T. & Victoria (2022). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian di PT Nusa Jawa Logistik
<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7045/Pengaruh%20Brand%20Awareness%20terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20di%20PT%20Nusa%20Jawara%20Logistik%20.pdf?sequence=1>
- Utami, N. P., Jaiz, M., & Witandra, A. P. (2018). PENGARUH TERPAAN IKLAN KINGKONG SNACK DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @RaffiNagita1717). <http://kom.fisip-untirta.ac.id>
- Vivian, C., Goenawan, F., & Yogatama, A. (2021). *Brand Awareness Perempuan Pengguna Instagram dan TikTok Terhadap Brand Hur by Sunny Dahye. Jurnal E- Komunikasi, 9(2).*
<http://publicatlon.petral.ac.id/index.php/ilmu-%20komunikalsi/article/view/11554>
- Watie, E, D, S. (2016). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media).*
<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270/172>