

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>
- Adhy, M. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli online Bukalapak / Reynald Sukma Adhy | Interaksi Online*. 7. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24612>
- Ahmad, A. (2021). *Pengguna TikTok di Indonesia Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun - Suara Bogor*. Suarabogor.Id. <https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun?page=all>
- Anggasta, G. (2021). *Pengaruh Konten Promosi Tiktok @Bittersweetbynajla Terhadap Minat Beli di Masa Pandemi Covid-19*.
- Anisha, P. (2021). *Diary Fimela: Kisah Pembisnis Muda Membuat Brand Masker Paling Laris di Tahun 2021 - Beauty Fimela.com*. Fimela.Com. <https://www.fimela.com/beauty/read/4745212/diary-fimela-kisah-pembisnis-muda-membuat-brand-masker-paling-laris-di-tahun-2021>
- 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>
- 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>
- Demis, G. (2021). *Konsumsi Data Mobile di Indonesia Naik 22 Persen Selama Pandemi*. Id.Techinasia.Com. <https://id.techinasia.com/opensignal-konsumsi-data-mobile>
- 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/>
- Febriani, G. (2021). *Kisah Nadya Sukses Bisnis Skincare Lokal di Usia Muda, Omzet Miliaran - Halaman 2*. Wolipop.Detik.Com. <https://wolipop.detik.com/inspiring-people/d-5870390/kisah-nadya-sukses-bisnis-skincare-lokal-di-usia-muda-omzet->

miliaran/2

- Febriyan, F., & Supriono, S. (2018). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PRODUK INTERNASIONAL (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 74–79.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2549>
- Ferniansyah, A., Nursanti, S., & Nayiroh, L. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), 4287–4298. <https://doi.org/10.36418/SYNTAX-LITERATE.V6I9.2700>
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.9744/SCRIPTURA.10.1.15-23>
- 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>
- Hibrizi, N. (2021). PENGARUH DAYA TARIK PESAN PADA UNGGAHAN INSTAGRAM BILLBOARD “SIAP MENJADI NOMOR 1” TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS PREPP STUDIO. <http://repository.upnvj.ac.id>
- Jakarta.bpk.go.id. (2022). *Peta Wilayah Jakarta | BPK Perwakilan Provinsi DKI Jakarta*. Jakarta.Bpk.Go.Id. <https://jakarta.bpk.go.id/peta-wilayah-jakarta/>
- Jakarta.bps.go.id. (2021). *BPS Provinsi DKI Jakarta*. Jakarta.Bps.Go.Id. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/111/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291–297. <https://doi.org/10.24912/PR.V2I2.3590>
- Kumparan.com. (2021). *Berapa Lama Orang Indonesia Main Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok? | kumparan.com*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparantech/berapa-lama-orang-indonesia-main-facebook-whatsapp-instagram-tiktok-1vC4Vi7VJMx>
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(2), 75–82. <https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/12>
- Munnawaroh, P. R. (2018). *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura - Neliti*.

<https://www.neliti.com/publications/199786/pengaruh-terpaan-media-pada-akun-instagram-explorsiak-terhadap-minat-kunjungan>

- Nawangari, S., & Karmayanti, Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store). *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*, 0(0). <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/knsi2018/article/view/336>
- 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>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rakhmayanti, I. (2020). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. Tekno.Sindonews.Com. <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 13–28. <https://doi.org/10.31445/JSKM.2018.220102>
- Riani, A. (2022). *Review: Masker Organik Camille Beauty yang Terjual Lebih dari 700 Ribu Buah per Bulan - Lifestyle Liputan6.com*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4860577/review-masker-organik-camille-beauty-yang-terjual-lebih-dari-700-ribu-buah-per-bulan>
- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CITRA DESTINASI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157–164. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1933>
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). PENGARUH PENGGUNAAN BRAND AMBASSADOR DEWI SANDRA TERHADAP PUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 233–240. <https://doi.org/10.5614/SOSTEK.ITBJ.2016.15.02.6>
- Sani, A. (2021). *Instagram, Snapchat, dan TikTok Jadi Media Sosial Favorit Gen Z - Tekno Tempo.co*. Tekno.Tempo.Co. <https://tekno.tempo.co/read/1490586/instagram-snapchat-dan-tiktok-jadi-media-sosial-favorit-gen-z/full&view=ok>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG*

- 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>
- Sinaga, S. (2021). *Infografis Gen Z Dominasi Penduduk Indonesia - News Liputan6.com*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/news/read/4467203/infografis-gen-z-dominasi-penduduk-indonesia>
- Stephanie, C. (2021). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap Halaman all - Kompas.com*. Tekno.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D | Prof. Dr. Sugiyono | download*. <https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>
- Sugiyono. (2013b). 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>
- Sujianto. (2022). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN SINETRON “IKATAN CINTA” TERHADAP SIKAP EMPATI PENONTON TELEVISI (Survei pada Komunitas Fanbase Ikatan Cinta dalam Grup Chat Telegram Ikatan Cinta RCTI) - Repository UPN Veteran Jakarta*. <https://repository.upnvj.ac.id/16426/>
- Utami, N. P., Jaiz, M., & Witantra, 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://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11554>
- Yuni, A. (2021). *Begini Perubahan Pola Belanja di Toko Online Selama Pandemi*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210329124334-37-233619/begini-perubahan-pola-belanja-di-toko-online-selama-pandemi>
- Zaahirah, R. (2018). *Pengaruh terpaan e-commerce shopee terhadap konformitas mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41693>