

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Cangara, H. (2017) *Buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi*

Edwin, F.A. (2023) 'TikTok Marketing.pdf'.

Eka Putri D, Sudirman A, Suganda D A, Kartika D R, Martini E, Susilowati H, Trenggana, Zulfikar, Handayani, Kusuma E, Triwardhani D, Rini K, Pertiwi, Roslan H A, (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti persada Bandung. (2021). BRAND MARKETING

Hariyanto, D. (2016) *Buku Komunikasi Pemasaran, Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*.

Moleong. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

Mufidah, N. (2024) *Buku Ajar Metodologi Penelitian, Jurusan Ergonomi Dan Hortikultura Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.

Mulyana, D. (2017) *Buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* PT. REMAJA ROSDAKARYA

Panudju, A.T. *et al.* (2024) *Metodologi penelitian*.

Rabbani, D.B. *et al.* (2022) *Komunikasi pemasaran*.

Rauf, A. *et al.* (2021) *Digital Marketing : Konsep dan Strategi, Insania*.

Sugito (2022) *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017) *Buku Strategi Pemasaran*

Wardhana, (Cand) Aditya (2020) 'Brand Image Dan Brand Awareness', *Brand Marketing: the Art of Branding* [Preprint], (January).

Widyastuti. S (2018) *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*

Zaini Miftach (2018) *Digital Marketing*.

### Sumber Jurnal:

Arianty, N. and Andira, A. (2021) 'Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian', *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), pp. 39–50. Available at: <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>.

- Mahmudah, S.M. and Rahayu, M. (2020) 'Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan', *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.
- Octavianti, M. and Rahmawan, D. (2023) 'Strategi content marketing Sociolla pada situs web Beauty Journal', *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), p. 75. Available at: <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45773>.
- Putri, S.D. and Azeharie, S. (2021) 'Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok', *Koneksi*, 5(2), p. 280. Available at: <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>.
- Radika, M.I. and Setiawati, D. (2020) 'Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studikasu Dalam Podcast Do You See What I See)', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), pp. 96–106.
- Rusandi and Muhammad Rusli (2021) 'Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus', *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), pp. 48–60. Available at: <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>.
- Salma, D.A. and Albab, C.U. (2023) 'Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement', *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(2), pp. 163–175.
- Sri, C., Ratih, H. and Sudradjat, H. (2022) 'Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable', *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), pp. 415–426. Available at: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2785>.
- Zarkasyi, M.I. (2021) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Guru Taman Kanak-Kanak', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), pp. 290–307. Available at: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>.