

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. 2022. *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM*. Deepublish.
- Ghozali, I. 2016. Cetakan ke VIII *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jaya, I.M.L.M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Priyono, M. J. T. S. Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publishing.
- Sari, W. P, and L. Irena. 2019. *Komunikasi Kontemporer Dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sholihin, R. 2019. *Digital Marketing Di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Sudaryana, B., and H. R. R. Agusiady. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono, P. D. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujalu, A. P, dkk. 2020. *Statistik Ekonomi 1*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Sujalu, A. P, dkk. 2020. *Statistik Ekonomi 1*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Unaradjan, D. D. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

**Jurnal**

- Agustinus, A, and A Junaidi. 2020. "Pengaruh Sosial Media (Instagram) Dalam Meningkatkan Brand Awareness Kopi Kenangan." *Prologia* 4(2): 339–46.
- Cheung, M. L., G. Pires, and P. J. amp; Rosenberger. 2020. "The Influence of Perceived Social Media Marketing Elements on Consumer–Brand Engagement and Brand Knowledge." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* Asia Pacif(32(3)): 695–720.
- Delaila, R. F, and Y Nuraeni. 2020. "Peran Media Sosial Instagram Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Raindear Coffe And Kitchen Pada Masa Pandemi Covid." *International Journal of Communication, Management and Humanities* 1(2): 157–63.
- Erdogmus, I. E, and S Tatar. 2016. "The Effect of Social Media Marketing on Brand Trust and Brand Loyalty For Hotels." *Journal of Information Technology and Tourism* 16: 249–63.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19". *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Hidayati, A, T Hidayat, and R Pristian. 2020. "E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)." *Jurnal Pendidikan Edutama*: 1–12.
- Khairul, D. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Melalui Brand Image Dan Relationship Marketing." *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 16(1): 125–40.
- Lestari, E.D, and C Gunawan. 2021. "Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tik Tok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)* 1(2): 75–82.
- Massie, A. 2020. "Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)".

- Miranda, S. 2017. "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau". *Jurnal Fisip*, 4(1), 1-15.
- Mumtaz, Z.S, and Saino. 2021. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan." *Jurnal Manajemen* 13(2): 282–91.
- Omar, B., & Dequan, W. 2020. "Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage." *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121-137.
- Purnawan, R., Pitana, I. G., & Putra, I. N. D. 2021. "Cultural Landscape: Brand Knowledge Wisatawan tentang Bali dalam Online Travel Review Communication Platform". *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 254-263.
- Rahmadhany, A, and Irwansyah. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Informasi Pemasaran Produk." *jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis Universitas Dharma Andalas* 3(2): 320–26.
- Revaliana, Amanda, and Lilis Susilawaty. 2023. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Consumer Brand Engagement Dan Brand Knowledge: Studi Empiris Pada Akun Instagram Menantea." *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen* 15(1): 25–39. doi:10.31937/manajemen.v15i1.3018.
- Ridwansyah, M., Agustin, F., & Sari, R. E. 2018. "Aplikasi E-Commerce Produk Kecantikan Import Dilengkapi Dengan Sistem Informasi Sales Forecasting Menggunakan Metode Trend Moment Pada PT. Ouzen Anugerah Indonesia." *IT (Informatic Technique) Journal*, 6(1), 36-45.
- Sintani, L. 2016. "Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasati Dalam Iklan 'Isyana vs Gangster' Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya." *Jurnal E-Komunikasi* 4(1): 1–10.
- Sulistiyo, T.D, and R Fitriana. 2020. "Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang." *Jurnal Ekbis Analisis, Prediksi, dan Informasi* 21(2): 189–203.
- Supriyatna, Yuda. 2020. "Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra

- Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon).” *Sains Manajemen* 6(1): 36–50. doi:10.30656/sm.v6i1.2097.
- Wibowo, T, and Y Yudi. 2021. “Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam.” *In Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeSciNTech)* 1(1): 662–69.

### Thesis

- Anisa, N. 2021. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Awareness.” Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dio, M. 2020. “Analisis Strategi Marketing Communication PT Tokopedia Dalam Memperluas Pasar (Studi Kasus Dalam Grand Launching Tokopedia Center Rural). Bachelor Thesis Thesis.” Universitas Multimedia Nusantara.
- Dari, F.W. 2017. “Pengaruh Kreativitas Iklan Di Instagram Dan Sikap Konsumen Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Aplikasi Jenius Di JABODETABEK).” Jakarta: Universitas Bakrie. (Repository Bakrie).
- Madindari, F. 2018. “Peranan Media Film Dalam Membangun Brand Knowledge Filosofi Kopi (Studi Pada Kedai Filosofi Kopi, Melawai, Jakarta Selatan) (Doctoral Dissertation).”
- Majid, B.W. 2017. “Analisis Kepercayaan Dan Persepsi Rantai Nilai Menurut Konsumen Pada E-Commerce.” University of Muhammadiyah Malang.
- Metallica, M.A. 2016. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Rodamas Dalam Memasarkan Spion Milan.” Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Nanda, Melisa Tris. 2014. “Pengaruh Brand Knowledge, Persepsi Kualitas, Dan Innovativeness Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Android Lenovo Di Wilayah Jakarta Selatan).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Permatasari, Inka Rima. 2018. “Pengaruh Endorser si Instagram Terhadap Tahapan Keputusan Pembelian Brand Lipcoat BLP Beauty.” Jakarta: Universitas Bakrie. (Repository Bakrie).
- Rivai, I, and Supriyono. 2016. “Aplikasi Toko Online (E-Commerce) Berbasis

Php Dran Mysql.” Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Septania, D. 2017. “Brand Knowledge PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Pada Pengguna Jalan Tol (Doctoral Dissertation).”

Syifa, Hana. 2017. “Pengaruh *Content Marketing* Instagram Terhadap *Customer Engagement* (Studi Pada Akun Instagram Heavenly Blush).” Jakarta: Universitas Bakrie (<https://repository.bakrie.ac.id/614/>)

#### Sumber Elektronik/Internet

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kaimana.  
<https://kaimanakab.bps.go.id/indicator/12/305/1/jumlah-penduduk.html>

Google Scholar. <https://scholar.google.com/>

Hootsuite (We Are Social). Indonesia Digital Report 2021.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia?rq=2020%20indonesia>

Hootsuite (We Are Social). Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia 2023.

Repository Bakrie. <https://repository.bakrie.ac.id/>