

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2011). *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. San Fransisco: Jossey Bas
- Akun Zalora Pada Aplikasi TikTok, Februari 2021 diakses pada 28 Februari 2021 dari Tiktok.com
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bulaeng, Andi. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: ANDI
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Chatamallah, M. (2008). *Strategi Public Relations dalam Promosi Pariwisata : Studi Kasus dengan Pendekatan Marketing Public Relations di Provinsi Banten*. Media Tor (Jurnal Komunikasi), 9 (2) 393-402
- Cherry, Colin. (1966). *On Human Communication: A Review, A survey, and a criticis*. Cambridge: Mass
- Cyptaning Ajie Nusantara. (2021). *Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis*. diakses pada 28 Februari 2021 dari UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
- Debra Ruth, Diah Ayu Candraningrum. (2020). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram*. diakses pada 28 Februari 2021 dari Researchgate.net
- Devito, Joseph A. (1978). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Profesional books
- Dihua tang.(2019). *The New Situation of Marketing in the Self-Media Era- Taking Tiktok as an Example*. International Workshop on Advances in Social Sciences (IWASS 2019)
- Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)* diakses pada 28 Februari 2021 dari Jurnal common.
- Dwi Putri Robiatul Adawiyah. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. Jurnal Komunilasi Vol 14 no 2
- Effendy, Onong Uchjana. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung:Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung :

Citra Aditya Bakti

Fedianty Augustinah, Widayati. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Keripik Singkong di Kabupaten Sampan*. Jurnal dialektika Volume 4 no 2

Gelder, S.V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page

Herdiana Nana, Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Hovland, Carl I.; Sherif, Muzafer (1990). *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*. Westport: Greenwood. ISBN 0313224382.

Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2. (Damos Sihombing. Alih Bahasa)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prehallindo

Laman Tiktok For Business Zalora Pada *Website* Tiktok dengan Kampanye Inspiration : Zalora diakses pada 21 April 2021 dari *TikTok.com*

Liqian Hou. (2018). *Study on Perceive Popularity on TikTok*. Bangkok University Press Mandasari,

D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, 13(1), 123-128.

Mayrisa Anggun Utami, Martha Tri Lestari, Berlian Primadani Satria Putri. (2016). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University tahun 2015/2016 melalui Media Sosial Instagram*. diakses pada 28 Februari 2021 dari <https://www.researchgate.net/>

Michael Haenlein, Ertan Anadol, Tyler Farnsworth. (2020). *Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co*. Sage Journals

Moekijat. (1993). *Teori Komunikasi*. Bandung : Mandar Maju

Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Monita Stankova. (2020). *The Comparative Analysis Of Social Media Platforms To Identify A Competitive Advantage Of Tiktok*. *International journal of arts and*

*commerce*

- Morissan. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan : Referensi (GP Press Group).
- Mulyana, Deddy. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nilam Choudhary ,Chitra Gautam and Vivek Arya. (2020). *Digital marketing challenge and opportunity with reference to TikTok a new rising social media platform*. International journal of multidiciplinary education research, Vol 9.
- Nursatyo, Dini Rosalini. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandang Harga Telunjuk.Com* diakses pada 28 Februari 2021 dari <http://e-journal.president.ac.id/>
- Priansa, Donni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ria Ayu Oktavia. (2021). *Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk*. Technopreneurship
- Ruslan, Rosadi, (2000), *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, Edisi Revisi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schultz, D.E.& Bames, B.E. (1999). *Strategic Brand communication Campaigns*. Illionis: NTC Business Books.
- Schultz, Don & Heidi Schultz. (2004). *IMC The Next Generation*, New York: McGraw Hill
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta :Erlangga
- Statistik *E-Commerce* Terlaris Kuartal III 2020 Diakses pada 21 April 2021 dari *Iprice/Databooks*
- Statistik Kunjungan Web E-Commerce Bulanan tahun 2020 diakses pada 28 Februari 2021 dari [databooks.katadata.co.id](http://databooks.katadata.co.id)
- Statistik Pengguna Aplikasi Tiktok Berdasarkan Negara, Agustus 2020 diakses pada 28 Februari 2021 dari Emarketer.
- Subagyo Joko. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*.  
Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumidi. (2002). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Suprpto, Tommy, (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta : PT. Buku Seru
- Supriyati. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat press
- Susanto dan Hilmawan Wijanarko. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Jakarta : Mizan Publika Jakarta
- Susilowati. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram* (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). diakses pada 28 Februari 2021 dari <http://ejournal.bsi.ac.id>
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tiktok Douyin The world's Second most-downloaded App in 2019. diakses pada 28 Februari 2021 dari <https://technode.com>
- Tjiptono Fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi
- Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami dan Umaimah Wahid. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*. diakses pada 28 Februari 2021 dari <https://core.ac.uk> > pdf
- Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. S. (2016). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Smb Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram*. eProceedings of Management, 3(1).
- Winaryati, E. (2020). *Model Pembelajaran "Wisata Lokal" Pada Mata Pelajaran Sains: Suatu Pendekatan R&D*. Seminar Nasional VII Pendidikan Biologi, 9 (1). pp. 339-346
- Yoeti, A Oka. (1990). *Pengantar Ilmu Pariwisata, Edisi Revisi*. Bandung : Angkasa