

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Achmad Kuncoro, E. dan R. (2012). *Analisis jalur (Path Analysis), Edisi kedua*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fourth Edition*. SAGE Publication.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Remaja Rosada.
- Dharmmesta, B. S. dan T. H. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. BPPFE.
- Engkos, A. K. dan R. (2012). *Analisis jalur (Path Analysis), Edisi kedua*. Alfabeta.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo.
- Hollensen, S. (2010). *Marketing Management, A Relationship Approach, 2nd edition*. Pearson Education Limited.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Komunikasi dan Informasi*. PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14e Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Lattimore, D. (2010). *Public Relation Relation : Profesi dan Jakarta*. Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku 1 (Edisi 6)*. Salemba Humanika.
- Monrdy. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Education Limited.
- Priansa, D. J. (2014). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (P. Setia (Ed.)). CV PUSTAKA SETIA.
- Siregar, S. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. . (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. PT. Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Penerbit Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenada Media Group.
- The Dentsu Way : Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. (2011).
- Tiptono, F. dan G. C. (2012). *Pemasaran Strategik*. ANDI.

JURNAL NASIONAL

- Bulele, Y. N. (2020). *ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL : STUDI KASUS TIKTOK. 1*, 565–572.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.
- Susilowati. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @ bowo _ allpennliebe)*. 9(2).

JURNAL INTERNASIONAL

- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). *e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context **. 23, 5–23.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y.K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context: A State of the Art*. Springer.
- Jansen, B. J. and M. Z. (2009). Twittwe Power: Tweets as Electronic Word of Mouth. *Journal of The American Society For Information Science and Technology*, 60, 2169–2188.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). *Likert Scale: Explored and Explained*. <https://doi.org/https://doi.org/10.9734/bjast/2015/14975>
- Kietzmann, Jan and Canhoto, A. (2013). Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of mouth. *Journal of Public Affairs*.
- Patel, K., & Binjola, H. (2020). *Tik Tok the New Alternative Media for Youngsters for Online Sharing of Talent : An Analytical Study*. January. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3600119>
- Wei, W. (2020). *The Construction of Chengdu City Image in New Media Environment: Take Tik Tok as an Example*. 435(Ichssr), 477–480. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200428.102>

Wilson, L. A. (2019). *Quantitative research. In Handbook of Research Methods in Health Social Sciences*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_54

INTERNET

Aplikasi TikTok Efektif Tingkatkan Brand Awareness. (2020). Peluangusahaku.Id. <https://peluangusahaku.id/2020/10/29/aplikasi-tik-tok-efektif-tingkatkan-brand-awareness/>

Fitria, R. (2021). Ini Isi Menu Rahasia dari McDonald's dan KFC yang Viral di TikTok. *DetikFood*.

Kompas.com. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 200 Juta, Hampir Semua "Online" dari Ponsel. *Kompas.Com*.

Maharani, A. (2020). *Pengaruh Tik Tok bagi Masyarakat Indonesia*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/alifiamhrn14/pengaruh-tik-tok-bagi-masyarakat-indonesia-1usRwS6tobh>

Memanfaatkan TikTok Sebagai Digital Marketing Dalam Bisnis Online. (2020). Thetanjungpuratimes.Com. <https://thetanjungpuratimes.com/2020/08/03/memanfaatkan-tiktok-sebagai-digital-marketing-dalam-bisnis-online/>

Narula, S. K. (2014). *The real story behind "secret menus" is the key to hacking them*. <https://qz.com/241826/the-real-story-behind-secret-menus-the-key-to-hacking-them/>

Purba, H. (2019). *Media Sosial di Era Milenial*. Metrotimes.News. <https://metrotimes.news/nasional/media-sosial-di-era-milenial/>

Rayana, U. (2020). *Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi*. Selular.Id. <https://selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-tiktok-terbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/>

Secretsemu.com. (n.d.). <https://secretmenus.com/mcdonalds/secret-menu/>

Starbucks Secret Menu, Resep Minuman yang Viral di TikTok! (2020). Kumparan.Com.

Stephanie, C. (2021). *Apa Itu FYP di TikTok dan Bagaimana Cara Kerjanya?*

Tekno.Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya-?page=all>

Syahid. (2018). *Alasan mengapa strategi mulut ke mulut masih efektif*. Elshinta.Com.

<https://elshinta.com/news/154985/2018/09/07/alasan-mengapa-strategi-mulut-ke-mulut-masih-efektif>

Wardani, A. S. (2020). *4 Medsos yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet Tri*

Indonesia. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4292392/ini-4-medsos-yang-paling-banyak-dipakai-pengguna-internet-tri-indonesia>