

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. 1997. Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), pp.347–357
- Abdul Muhid, ““Analisis Statistik”, (Surabaya: Duta Aksara, 2010), hlm 106.
- Agus Purwanto, Erwan dan Ratih Sulistyastuti, Dyah. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2017,137).
- Amos Neolaka. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung. Remaja Rosdakarya: . (2014, 137).
- Aten, J. 2020. TikTok Is the Fastest-Growing Social Media Network Ever. Why the U.S. May Ban It. <https://www.inc.com/jason-aten/tiktok-is-fastest-growing-social-media-network-ever-why-us-may-ban-it.htm>
- Bambang Prasetyo, lina Miftahul Jannah, ““Metode Penelitian Kuantitatif”, Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2010), hlm 64
- Banjarnahor, dkk, Manajemen Komunikasi Pemasaran, (Cet. I, Jakarta: Yayasan kita Menulis, 2021 2-3).
- BizLab. 2020. Alasan Kenapa TikTok Menjadi Media Promosi Yang Bagus Di Tahun 2020. <https://bizlab.co.id/5-alasan-kenapa-tik-tok-jadi-media-pemasaranyang-bagus-d>
- Blakeman, R. 2007. *Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation*. Plymouth, UK: Rowman & Littlefield Publishers.
- Blythe, Jim. 2006. *Essentials of Marketing: Third edition*. Essex: Pearson Education Ltd.
- Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, ““Metodologi penelitian ”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm 44
- Dwi Priyanto, ““Paham Analisis Statistik Data SPSS”, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 90
- Farris, P. W. et al. 2020. *Marketing metrics: The definitive guide to measuring marketing performance*. Pearson Hill: Upper Saddle River.
- Fimansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategi)*, Cet. I, Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media, 2020:7
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan VIII (8th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2016, 154).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Kamus versi online/daring (dalam jaringan)* <https://kbbi.web.id/metode>. (Diakses pada tanggal 24 November 2022.)
- Keller, K. L. 2003. Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge. *Journal of*

- Consumer Research, 29 : 595-600.
- Keller, K. L. 2003. Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge. Journal of Consumer Research, 29 : 595-600.
- Kemp, S. 2020. Digital 2020: Indonesia. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kennedy, Jhon F dan Soemanagara. R. Dermawan. (2006). Marketing Communication Taktik dan Strategi. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kertamukti, R (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2. Alih Bahasa, Alexander Sindoro. Jakarta Prenhallindo.
- Mansoor, I. 2021. TikTok Revenue and Usage Statistics (2021). <https://www.businessofapps.com/data/tik-tokstatistics/#1>
- Morissan, 2010, Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Jakarta : Kencana).
- Mudjarat Kuncoro, “Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi”, (Jakarta: Erlangga, 2003), 151
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif (T. Chandra (ed.); 2nd ed.). Zifatma Publishing. Santoso, Singgih. *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. (Jakarta: PT Elex, 2018, 26).
- Shimp, Terence. 2013 Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. *Metode Analisis Penelitian*. Refika Aditama. (2018).
- Sri widyastuti, Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bandung: Desember 2017.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono.2016. manajemen perusahaan.Cv Andi Offeset: Yogyakarta.
- Sugiyono, ““Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, (Bandung:Alfabeta CV,2013), hlm 80-81
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi. (Bandung: CV Alfabeta: 2018, 13).
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi. (Bandung: CV Alfabeta: 2018, 39).
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi. (Bandung: CV Alfabeta: 2018, 47).

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,65)
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,68)
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,69)
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,131).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,136).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,296).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,217).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,275).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,293).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Bandung: CV Alfabeta: 2019,226).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* (Bandung: Alfabeta: 2018, 84).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta, . (2013).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta, (2014).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* (Alfabeta: 2016, 225).
- Suharsimi Arikunto, “Paham Analisis Statistik Data SPSS”, (Yogyakarta: Media Kom, 2010)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta. , 2014.
- Surachman. *Dasar-Dasar Manajemen Merekk (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)* (B.Publishing (Ed.) 2008.
- Tjiptono, 2013, *Strategi Pemasaran* (3rd ed.),
- Utami, F. A. 2020. Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial tapi Penuh Kontroversia. *Warta Ekonomi*, 1. <https://www.wartaekonomi.co.id/read293550/asal-mula-tiktok-diganderungimilenial-tapi-penuh-kontroversial/#1>
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, (Onlie), 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-idhubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>), diakses 29 Maret 2022