

DAFTAR PUSTAKA

- Andata, C., Iflah, Kurnia, & Putri, S. (2022). "Somethinc" Pada Pengguna Instagram. 13(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Arviani, K. D., Putri, K. Y. S., & Romli, N. A. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK LOKAL ERIGO APPAREL*. 5(2). www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
- Chandra, S., & Andrew, R. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SEBUAH PERGURUAN TINGGI SWASTA DI JAKARTA BARAT. *Versi Cetak*, 2(2), 535–542.
- Damayanti, S., Chan, A., & Safa'atul Barkah, C. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Dewi Anggraeni, A., & Berlian, R. (2022). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KESADARAN MEREK PADA PT. FUCHS INDONESIA*.
- Djoko Sulistiyo, T., Fitriana, R., & Lee, C. (2020). *Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang (The Influence of Instagram Social Media Marketing on The Brand Image of The Bunker Café, Tangerang)* (Vol. 21, Issue 2).
- Fahmi Muthohar, A., & Hartono, B. (2023). Pengaruh Digital Konten Marketing Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNTIDAR). *EMBISS*, 3(3), 308–315. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/229>
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Hapy Linawati, E., Qurrotu Aini, F., Rahayu, L., Rio Masandi, N., Fatma Handayani, V., Khoir, Mz., & Pudji Estiasih, S. (2023). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Gerai Mixue Gayungsari)*.
- Irawan, A. (2019). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Lestiani, X., Widiastanty, G., Komunikasi, P., Komunikasi, I., & Tinggi, S. (n.d.). *Prosiding Hubungan Masyarakat Pengaruh Promosi pada Media Sosial TikTok terhadap Brand Awareness Tiket.com*.
- Mirza, J. A., Ratih, & Sudradjat, H. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth "Sudut Pandang" Bandung On TikTok to Brand Awareness. *Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(4), 2775–6165. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1888>
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2019). *The Influence of Viral Marketing toward Brand Awareness and Purchase Decision*.
- Nabila, V. A., Alhada, M., Habib, F., Manajemen, P., Syariah, B., Sayyid, U., & Tulungagung, A. R. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Content Marketing Aplikasi Tiktok, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Camille Beauty. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 590–601.
- Ramdan, A. M., Fikri Maulana, M., Revinzky, M. A., Bisnis, A., Pasundan, U., & Padjajaran, M. U. (2022). *Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla*.
- Shafa Kinanti, A., & Ilfandy Imran, A. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS LEMONILO MELALUI INSTAGRAM THE*

INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING ON BRAND AWARENESS THROUGH INSTAGRAM.

- Sharifpour, Y., Azli, M. N., Khan, A., Alizadeh, M., Alizadeh, M., Rahimakhgarzadeh, M., & Mahmodi, E. (2016). The influence of electronic word-of-mouth on consumers' purchase intentions and brand awareness in Iranian telecommunication industry. In *Int. J Sup. Chain. Mgt* (Vol. 5, Issue 3). <https://www.researchgate.net/publication/309252242>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yunani, A., & Kamilla, Z. N. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok terhadap Minat Beli @Somethincofficial Melalui Brand Awareness. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 3809–3825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4100>
- Yusi, V., Putri, E., & Hidayat, A. M. (n.d.). *THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON DECISIONS TO USE GOPAY SERVICES (Study on Telkom University Students)*.
- Putri, M., & Dermawan R. (2021). Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Purchase Intention of Somethinc Products on TikTok Gen Z Users in Surabaya