

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., & Norris, D. (1982). Characteristics of TV Commercials Perceived as Informative. *Journal of Advertising Research*, 22-34.
- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Aji, W. (2018). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA DAN. *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sasatra Indoneisa (PIBSI) XL 2018*, 431-440.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire. *Researchgate*.
- Blech, G., & Blech, M. (2015). *Advertising and Promotion, an Intergrated Marketing Communications Perspective*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Candrasari, S., & Salman. (2022). Komunikasi Kesehatan Marisza Cardoba Foundation dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Buku Autoimmune The True Story. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25-38.
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreatorr Konten Di Era Digital*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Effendi, D., & Dini, Y. (2022). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Minuman Boba Membeli Ulang Dan Berpromosi Mulut Ke Mulut di Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 258-279.
- Fisher, B. A. (2002). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Frazer, C. (1983). Creative Strategy : A Management Perspective. *Journal of Advertising*, 36-41.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Ginting, N., & Mufidah, P. (2021). Kurangnya Kualitas Tidur Dapat Meningkatkan Risiko. *Bikfokes*, 189-196.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Indrawan, S., & Azeharie, S. (2022). Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi). *Prologia*, 369-376.
- International Diabetes Federation. (2023). *nternational Diabetes Federation*. Retrieved from idf.org: <https://idf.org/about-diabetes/what-is-diabetes/>
- Kapojos, M. E., & Aisyah, Y. (2021, September 15). *kompas*. Retrieved from [kompas.com: https://www.kompas.com/food/read/2021/09/15/141437175/sejarah-minuman-boba-pengaruh-perkembangan-street-food-di-taiwan](https://www.kompas.com/food/read/2021/09/15/141437175/sejarah-minuman-boba-pengaruh-perkembangan-street-food-di-taiwan)
- Katadata. (2021, November 22). *Katadata*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/jumlah-penderita-diabetes-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia#:~:text=140%2C87%20juta%20penduduk%20Tiongkok,diabetes%20sebanyak%2019%2C47%20juta](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/jumlah-penderita-diabetes-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia#:~:text=140%2C87%20juta%20penduduk%20Tiongkok,diabetes%20sebanyak%2019%2C47%20juta).
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved from [kbbi.web.id: https://kbbi.web.id/konten](https://kbbi.web.id/konten)
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Tetap Produktif, Cegah, dan Atasi Diabetes Melitus*.
- Liliweri, A. (2007). *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Liu, G.-F., LI, Y., -C., Gao, P.-C., & Zhang, Z.-P. (2019). Research on The Influence of Social Media Short Vidio Marketing on Consumer Brand Attitude. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 336.
- Mar'at. (1982). *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Marsono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bogor: IN MEDIA.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutia, A. (2022, Januari 4). *katadata.co.id*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sosioteknolog*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nasution, L. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 49-55.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Prastyan, T. A. (2021). BAHAYA DIBALIK MINUMAN KEKINIAN BUBBLE MILK TEA . *Science And Engineering National Seminar 6*.
- Prince, S. (1995). *PATOFISIOLOGI :konsep klinis proses-proses penyakit Jil.2 Ed.4*.
- Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). Fenomena Tik Tok sebagai Media Komunikasi Edukasi. *Riksa Bahasa*, 227-235.
- Riyanto, A. (2013). *Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Sampurno, M., Kusumandyoko, T., & Islam, M. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*.
- Sarwono, J. (2012). *Analisis Jalur Untuk Riset Skripsi*. Jakarta: Elexmedia Komputindo Kompas Gramedia Jakarta.
- Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2011). *Metode Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Setiawati, M., & Pratiwi, A. (2022). Tiktok Sebagai Media Edukasi Perawatan Kecantikan. *Cakrawala*.
- SINDONEWS. (2022, November 30). *sindonews.com*. Retrieved from lifestyle.sindonews.com: <https://lifestyle.sindonews.com/read/956449/166/10-rekomendasi-akun-tiktok-yang-membahas-kesehatan-1669817464>
- Solikhah. (2022). EDUKASI MASYARAKAT TENTANG DIABETES MELLITUS DI PADOKAN KIDULDESA TIRTONIRMOLOKASIHAN BANTUL. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 47-54.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, E. (2022). *Pendidikan dan Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. (2020). Minuman Kekinian Di Kalangan Mahasiswa Depok Dan Jakarta. *Indonesian Jurnal of Health Development*.
- Weil, A. (2019, Maret 28). *drweil*. Retrieved from www.drweil.com: <https://www.drweil.com/diet-nutrition/food-safety/is-boba-tea-bad/>
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application——Taking Tik Tok as an Example. *International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019)*, 340-343.