

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainaya, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Promosi Produk Jewelry Wire Pada Akun Tiktok @deardiora . *Universitas Jenderal Sudirman*.
- Ainaya, M. (2021). strategi.
- Cantawee, S., Witoonphan, N., & Sammasut, T. (2021). Influencers Affecting Consumers' Purchase Intentions through VDO Advertising on TikTok Online Social Media in Chonburi Province.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi.
- Diena, Z. (2021). Analisis Periklanan Brand Fashion Zalora pada Aplikasi Media Sosial Tiktok.
- Erden, T., & Swait, J. (2004). Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice. *Journal of Consumer Research*.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gaied, M., & Benrached, S. (2010). The Persuasive Effectiveness Of Famous And Non Famous Endorsers In Advertising. *Ibima Business Review*.
- Gan, N. J. (2016). Pengaruh Non- Selebriti Terhadap Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Instagram Produk Allure Vanilla Gree Tea Latte.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Askara.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication – Taktik Dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia).
- Khairunisa, M. (2022). Analisa Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pihak SMB Telkom Melalui Aplikasi Tiktok.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakar Ilmu.
- Marini, R. (2019). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Martin, W. B., & Tomezak, T. (2013). Effects Of Susceptibility To Normative Influence And Type Of Testimonial On Attitudes Toward Print Advertising.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang*

- Metode-Metode Baru*. Jakarta: Uip.
- Mou, J. B. (2020). Study on Social Media Marketing Campaign Strategy – TikTok and Instagram.
- Mujahidin, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: Cv Nata Karya.
- Neni, Y. (2001). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo.
- Novalia, Syifa, A., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada PT. Es Teh Indonesia).
- Nufus, H., & Handayani, T. (2021). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store).
- Ohanian, R. (2015). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise , Trustworthiness , and Attractiveness. *Journal of Advertising Volume*.
- Parmar, B. K., & Patel, R. P. (2015). Fame versus no name : Gauging the impact of celebrities and non-celebrities endorsement on purchase. *African Journal of Business Management*.
- Pekelharing, L. T. (2012). A Comparative Impact of Celebrity Social Media and Print Endorsement on Consumer Perceptions.
- Pekelharing, T. (2012). A Comparative Impact Of (Celebrity) Social Media And Print. *Faculty of Business and Economics*,.
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Akalili, A.-Z. A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial).
- Sanjaya, R., & Josua, T. (2009). *Creative Digital Marketing*.
- Sernovitz, A. (2009). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. New York: Kapla.
- Shimp. (2013 ). *Integrated marketing edisi 9*. Library of Congress Control Number.
- Solnick, S., & Schweitzer, M. (1999). The Influence Of Physical Attractiveness And Gender On Ultimatum Game Decisions.
- Sudin, S. (2019). 200 Istilah Digital Marketing Marketer & Entrepreneur Perlu Pahami, Sukri Sudin.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Wang, Y., Luo, Q., Guo, Y., & Li, Y. (2021). Analysis from Competitor's Perspective: Comparing the Opportunities and Risks of Using TikTok in LEGO's Digital Marketing.
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis Of The Reasons And Development Of Short Video Application - Taking Tik Tok As An Example. *9th International Conference On Infomartion And Social Science*.
- Zulaikha, I. A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Promosi Produk Jewelry Wire Pada Akun Tiktok @Deardiora.