DAFTAR PUSTAKA

Akasadewa, T. A., & Handayani, W. (2025). The Influence of Tiktok *Content* and Advertising on Purchase Decisions Mediated by *Brand Awareness* on *Fashion Brand* Polossurabaya. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, *5*(1), 27–44.

Anggraini, A. A., & Hakimah, E. N. (2022). MENDONGKRAK PEMASARAN MELALUI *CONTENT* MARKETING DAN *INFLUENCER*:(Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri). *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, *1*, 572–583.

Ansa, G. A., & Susanti, A. (2023). Penerapan Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Model Sostac dalam Mempromosikan Hijab Amalia Collection melalui Instagram. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, *1*(1), 15.

Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., Judijanto, L., & Efitra, E. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF : Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=A8LmEAAAQBAJ

Azizan, N., Ismail, H. Z., Fadzli, A. M., & Ishar, N. I. M. (2023). Strategies to Improve *Brand Awareness* Through *Social* Media Marketing. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, *16*(2).

Denisa, A., Milyane, T. M., & Nuraeni, R. (2024). Strategies Of The Tiktok Account@ kafani. id In Strengthening *Brand Identitiy* And *Brand Awareness*. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, *4*(6), 735–741.

Dewi, K. (2023). Analisis konten strategi komunikasi pemasaran di era digital pada aplikasi TikTok studi kasus akun TikTok@ zaaferindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *3*(2), 507–514.

Dr. Gandi Wibowo, M. T., Gian Gideon Akin, M. T., & Maria Benedicta Dian S, M. T. (2024). *Pengantar Metode Kualitatif dalam Ilmu Teologi dan Pendidikan Kristen*. MEGA PRESS NUSANTARA. https://books.google.co.id/books?id=g-

pJEQAAQBAJ

Dwianto, R. A., Darmawan, A. B., Santoso, J., & Wening, N. (2022). Tiktok as a *Brand Awareness Platform*: A Re*view*. *European Modern Studies Journal*, *6*(6), 24–35.

Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *12*(1), 175–183.

Hayati, C. S., & Sudradjat, R. H. (2022). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai *Platform* Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan *Brand Awareness* Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *4*(3), 415–426.

Hidayat, A. Z. R., Fauzia, B., & Damora, L. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Zytadelia Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, *7*(2), 203–217.

Illah, F. N., Delima, I. D., & Hardiyanti, R. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(8), 455–462.

Izza, A. M., Ardiansyah, M. N., Barkah, F., & Romdonny, J. (2024). Synergistic Effects of *Content* Marketing and *Influencer*s Marketing on the Formation of *Brand Awareness* and Purchase Interest of TikTok Shop Users (Cirebon City Case Study). *International Journal of Social Service and Research*, *4*(05), 1339–1347.

Mulawarman, N. D. A., & Nasrullah, R. A. (2020). Media Sosial. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah Pt Hajar, Tahun*.

Mulianto, M. A., & Qomariyah, S. N. (2023). Exploring the Relationship Between *Content* Marketing, *Brand Awareness*, and Purchase Intentions on TikTok: Mafia Gedang Case Study. *Multidiscipline International Conference*, *2*(1), 112–122.

Muniroh, L., Fitriyana, S., & Hasnin, H. R. (2024). The THE INFLUENCE OF TIKTOK *SOCIAL* MEDIA *CONTENT* MARKETING AND *INFLUENCER*S ON

THE FORMATION OF *BRAND AWARENESS* ON SKINTIFIC MOISTURIZER (Case Study on FEB UIKA Bogor Female Students). *Journal of International Trade*, *3*(1), 12–26.

Nartin, S. E. M. S., Faturrahman, S. E. M. A., Dr. H. Asep Deni, M. M. C. Q. M. C. B. A., Dr. Yuniawan Heru Santoso, S. E. S. S. M. S., Paharuddin, S. T. M. S., Dr. Drs. I Wayan Gede Suacana, M. S., Indrayani, E., Firman Yasa Utama, S. P. M. T., Wico J Tarigan, S. E. M. S., & Eliyah, S. K. M. M. K. M. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Cendikia Mulia Mandiri. https://books.google.co.id/books?id=43EJEQAAQBAJ

Nguyen, C., Tran, T., & Nguyen, T. (2024). Factors affecting users' *brand awareness* through *social* media marketing on TikTok. *Innovative Marketing*, *20*(1), 122.

PANDEMI, B. D. I. E. R. A. (2021). MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENINGKATAN PROFIT. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, *2021*, 21.

Paramasari, S. N. (2024). Penggunaan Beauty Key Opinion Leader Dalam Strategi Membangun Kesadaran Merek Produk Kecantikan Lokal Indonesia. *Kinesik*, *11*(2), 161–171.

Pastini, N. W., & Lilasari, L. N. T. (2023). Building customer's *brand awareness* through *social* media *platform*. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, *2*(3), 155–162.

Rachmad, Y. E., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, C. H., Lestari, N. E., Wulandari, D., Suhirman, L., Rahmawati, F. A., & Mukhlis, I. R. (2024). *Integrasi Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Panduan Praktis Penelitian Campuran*. PT. Green Pustaka Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=hu4CEQAAQBAJ

Ramadhani, N. L., & Isnawati, S. I. (2022). Efektivitas *influencer* dalam meningkatkan *brand* equity produk *fashion* hijab di instagram Butik Jenneira Scarf Semarang. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, *10*(2), 159–167.

Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., & Utomo, E. S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. UNISMA

PRESS. https://books.google.co.id/books?id=iCZlEAAAQBAJ

Sari, M. N., Abdillah, L. A., Asmarany, A. I., Rakhmawati, I., Pattiasina, P. J., Kusnadi, I. H., Hasanuddin, R., Pradana, I. P. Y. B., & Rela, I. Z. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Konsep & Aplikasi)*. MEGA PRESS NUSANTARA. https://books.google.co.id/books?id=gPVNEQAAQBAJ

Sefani, H. F., Wuysang, J. M., Fernando, J., & Supiyandi, A. (2025). ANALISIS SOFT-SELLING *BRAND FASHION* LOKAL PADA KONTEN TIKTOK@ TENUEDEATTIRE. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, *3*(2), 138–160.

Segarwati, Y., Rakhmaniar, A., Azka, Z., Gunawan, I., & Jamaludin, M. (2023). Enhancing *brand awareness* in TikTok: The impact of marketing communication on *social* media *platforms*. *Research Horizon*, *3*(5), 554–565.

Sheak, E., & Abdulrazak, S. (2023a). The influence of *social* media marketing activities on TikTok in raising *brand awareness*. *Market-Tržište*, *35*(1), 93–110.

Sheak, E., & Abdulrazak, S. (2023b). The influence of *social* media marketing activities on TikTok in raising *brand awareness*. *Market-Tržište*, *35*(1), 93–110.

Tubel Agusven, S. T. M. M., Satriadi, S. A. P. M. S., Rihan Hafizni, S. E. M. M., Nanda Kristia Santoso, M. P., & Hasnarika, S. S. M. P. (2023). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. CV Rey Media Grafika. https://books.google.co.id/books?id=oBq3EAAAQBAJ

Wicaksono, A., & Priyandhini, B. (2024). Tiktok for Adlab's *Brand Awareness*. *Jurnal Vokasi Indonesia*, *12*(1), 8.

Aaker, David A. (2020). *Brand* Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity. New York: Free Press

Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). Marketing Management. Singapore: Pearson Education.

Wardhana, Aditya, et al. (2019). Riset Pemasaran. Bandung: Anugrah Adi Cipta

Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi pemasaran*. UMSIDA Press.

Kriyantono, R. (2022). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (2nd ed.). Penerbit Kencana.