DAFTAR PUSTAKA

Andri Budi Santosa, Y. R. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa GPHOTO. *Economicus, Vol.15* , 1-11.

Ariadi, S. (2014). Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Loyalitas Merek Indosat IM3. *Ilmu Manajemen Vol.2* , 4.

Berselli, B. C. (2012). *Crisis Mapping Community Social Media Information During and After Large-Scale Disasters in Victoria. .* Worcester Polytechnic Institute.

Firmansyah. (2018). *Pemasaran (Dasar dan Konsep).* Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.

Fischer, R. (2011). Social interaction via new social media : (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior?. *Journal of Business Venturing.*

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunelius. (2011). *30-Minute Sosial Media Marketing.* United States: McGraw-Hill Companies.

Handayani. (2010). *Brand Operation.* Jakarta: Esensi.

Haryanto. (2010). *Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's.* Jakarta: Buletin Studi Ekonomi Vol.17.

Kelvin Yohanes, S. E. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba . *Senapen Mas* .

Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Rajawali.

Kotler, A. (2015). *Marketing an Introducing Pretince Hall Twelfth edition.* England: Pearson Education, Inc.

Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global* . England : Person Education Limited.

Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Laili Sofia Inayati, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* .

Lutfiah Arista, H. L. (2019). Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan di Youtube dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. *Ilmiah Scriptura*.

Made wahyu Krisna Upadana, K. A. (2020). Brand Awarness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen* .

Maliyah, S. (2015). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN (TRUST) DAN KOMITMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, No.1 .

Monica Nggilu, A. T. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado. *EMBA*.

Neti. (2013). *A-Z Tentang Kosmetik* . PT. Elex Media Komputer .

Nining Purwaningsih, F. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akutansi (KNEMA)*.

Puntoadi. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Purwanti, S. ,. (2020). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. UNILEVER INDONESIA. *Jurnal Purwanti* .

Purwanti, S. D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia . *Unpam*.

Qurniawati. (2018). Pemeran Media Sosial . *Among Makarti* .

Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Studi Manajemen dan Bisnis* .

Reynaldi Rizal, S. P. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembeluan Pada Cafe Pitstop . *Ilmu Manajemen* .

Santoso, B. P. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik*.

Sari. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, K. (2010). Consumer Behaviour (10th ed) New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Shinta. (2011). Manajemen Pemasaran. *Universitas Brawijaya Press*.

Singh. (2010). *Fuzzy Optimal Solution of Fully Fuzzy Linear Problems with Inequality Constrains.* International Journal of Applied Mathematics and Computer Sciences 6.

Solis. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brand and Business To Build, Cultivate, And Measure Succes In The New Web. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.*

Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus.* Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* . Bandung : Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta Bandung.

Suharno. (2010). *Marketing in Practice, Edisi Pertama, Graha Ilmu.* Yogyakarta.

Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CAPS (Center For Publishing Service).

Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service (CAPS).

Supradono, H. (2011). Peran Sosial Media UntukManjemen Hubungan Dengan Pelanggan. *Majalah Ekonomi dan Bisnis.*

Swastha. (2007). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty Offset* .

Taprial, K. (2012). *Understanding Social Media.* Ventus Publishing .

Tsisi. (2013). The Adoption Of Social Media Marketing in South Africans Bank. *European Business Review.*

Wanardi, A. T. (2019). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Wenny Pebrianti, A. M. (2020). Digital Marketing, E-WOM, Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial . *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus* .

https://tiktok.com

https://foodspot.com

https://topbrand-award.com

https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020