

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, Haji (2013). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Belch, George E. & Michael A. Belch (2015) *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th edition*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Cangara, Hafied H. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied H. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Efendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Efendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henry Simamora. 2013. *Paduan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Kinnear, Thomas C dan Taylor, James R. 1995. *Riset Pemasaran. Alih Bahasa*. Yohanna Lamarto; Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat (2008) *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kristiana, N., & Wahyudi, N. (2012). Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada Pt. Karya Zirang Utama Isuzusemarang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, 3(1), 1–9.

- Rosady Ruslan, S. M (2012) *Manajemen Purblic Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Royan, Frans M (2004) *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Terence A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Watie, E. D. S (2011). *Komunikasi dan media sosial (communications and social media)*. The Messenger, 3(1), 69–75.
- Wulandari, T. A. (2020). The Use of WhatsApp Business as an Online Marketing Communication Media for Beauty Brands During the Covid- 19 Pandemic in Indonesia. *Icobest*, 2019(21).

INTERNET SEARCHING:

<https://tekno.kompas.com/read/2020>

(Tanggal Akses 19 November 2021, Pukul 20:30WIB)

<https://inet.detik.com/mobile-apps/d4329137/tiktok-jadi-aplikasi-terbaik-di-play-store>.

(Tanggal Akses 19 November 2020, Pukul 21:45WIB)