

## Daftar Pustaka

### Buku

- Bambang D Prasetyo, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Deddy Mulyana, M. P. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Hardani, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1 ed.). (A. Husnu Abadi, Ed.) Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hubernas, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Karim, I. (t.thn.). Manajemen Public Relation Dalam Pengembangan Organisasi. Dalam M. R. Felicia Oktaviana, *Public Relation dalam Berbagai Dimensi* (hal. 190). Nas Media Pustaka.
- Kumara, A. R. (2019). *Komunikasi Antar Pribadi*.
- Philip Kotler, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. (T. Surjaman, Ed.) Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Penerbit Aksara Timur.
- Walgito, B. (2010). *Umum, Pengantar Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset

### Jurnal

- Edy Prihantoro, R. (2020). Aplikasi TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Sesuai Panduan WHO Terhadap Kesadaran Hidup sehat. *Mediakom Jurnal Komunikasi*, 4.
- Adzadeananda Fazarika Septantya, N. (n.d.). Kegiatan Kampanye Public Relation Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia di Media Online. *Prosiding Hubungan Masyarakat*. doi:<http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.29072>
- Budi Setiawan, D. S. (2018, April 2). Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membentuk. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 102-117.
- Devano Empathanussa, i. S. (2023, Maret 1). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2, 69-94. doi:Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce
- Fauzi, U. I. (2022, Mei). Pengaruh Branding dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Youth & Islamic Economic Journal*, 2, 42-47.
- Fitri, A. N. (2023, 6 30). Kampanye Public Relation Sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama. *Open Acces*, 22, 36-37.

- Hadi Suprpto Arifin, I. F. (2017, Juni 28). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang. 90.
- Ida Fariastuti, M. P. (2020, September). Kampanye Public Relation #MediaLawanCovid19 di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3, 213-220.
- Indah Lestari, S. H. (2020). Analisis Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online di Era Pandemi Covid-19. *Equilibrium*, 27-35.
- Marco E. N. Sumarandak1, A. E. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Kawasan Monumen di Manado. *Jurnal Spasial*, 8, 257.
- Melly Septia Pardianti, V. V. (2022, Agustus 2). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *XXVII*. Retrieved Maret 16, 2024
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi dan sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan pembelian Online di Masa Pademi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23.

### Website

- Damar, A. M. (2023, Desember 21). *Tokopedia dan TikTok Catat Kenaikan Transaksi di Kampanye Beli Lokal, Ini Favorit Konsumen*. Diakses pada 24 April 2024, dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/teknoread/5486556/tokopedia-dan-tiktok-catat-kenaikan-transaksi-di-kampanye-beli-lokal-ini-favorit-konsumen?page=2>
- Dermawan, Z. (2023, Desember 28). *Siap Viva*. Diakses pada 24 April 2024, dari siap.viva.co.id: <https://siap.viva.co.id/entertainment/3584-industri-kecantikan-indonesia-kian-berkembang-ini-3-produk-lokal-yang-juara-di-tiktok-shop?page=2>
- Kemp, s. (2024, Februari 21). *DIGITAL 2024: INDONESIA*. Diakses pada 16 Maret 2024, dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Naufal, I. (2023, Desember 11). *Kampanye 'Beli Lokal' 12.12 Tandai Kerja Sama Tokopedia dan TikTok Shop*. Diakses pada Maret 2024, dari Inilah.com: <https://www.inilah.com/kampanye-beli-lokal-1212-tandai-kerja-sama-tokopedia-dan-tiktok-shop>
- P.W, A. (2024, Februari 5). *Tiktok dan DI Yogyakarta, Tiktok dan Tokopedia luncurkan kampanye #MelokalDenganBatik*. Diakses pada 24 April, 2024, dari sijogja.com: <https://www.sijogja.com/news/18411783411/tiktok-dan-di-yogya-tik-tok-dan-tokopedia-luncurkan-kampanye-melokaldenganbatik>
- Rifqah. (2023, Oktober 4). *Alasan TikTok Shop Resmi Ditutup, Berawal dari Keluhan Pedagang Tanah Abang yang Alami Kerugian*. Diakses pada 16 Maret 2024, dari tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/10/04/alasan-tiktok-shop-resmi-ditutup-berawal-dari-keluhan-pedagang-tanah-abang-yang-alami-kerugian?page=2>
- Septiani, L. (2024, April 25). *Tokopedia Sebut Transaksi Melonjak Selama Ramadan Berkat Beli Lokal*. Diakses pada 27 April 2024, dari katadata.co.id:

<https://katadata.co.id/digital/e-commerce/662a6b167c1f0/tokopedia-sebut-transaksi-melonjak-selama-ramadan-berkat-beli-lokal>

Tiktok. (2024, Januari). *TikTok Shop dan Showcase*. Diakses pada 16 Maret 2024, dari [ads.tiktok.com](https://ads.tiktok.com): <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-shopping-and-showcase?lang=id>

Wursyanti, F. (2023, September 23). *TikTok Shop: Ancaman Terhadap Ekosistem Bisnis Lokal*. Diakses pada 16 Maret 2024, dari [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com): <https://mediaindonesia.com/ekonomi/615891/tiktok-shop-ancaman-terhadap-ekosistem-bisnis-lokal>