

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, K., & Nurlinda, R. A. (2022). Pengaruh *Influencer* Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(11), ISSN : 2383- 2398
- Agustinah Widiati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang Fedianty. *Jurnal Dialektika*, Volume 4, Nomor 2, September 2019
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aprina Sari. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran @Yu.Case.It Melalui Media Instagram. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Ashfiya, M. Z., & Rahmawaty, P. (2018). Perbandingan Tingkat Engagement Antara Post Foto Dan Video Instagram ( Studi Pada Akun Instagram Perusahaan Berbasis Aplikasi Smartphone ). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 2(4), 182–194.
- Aslam Salman, (2020). Tiktok By The Number (2021): Stats, Demographics & Fun Fact. *Omnicoagency.com*. TikTok by the Numbers (2021): Stats, Demographics & Fun Facts (omnicoagency.com) Diakses pada tanggal 5 April 2020
- Aulia Enda. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan*. *Jurnal Network Media* Vol: 2 No. 2 Agustus 2019

Botha, (2013). To Share Or Not To Share: The Role Of Content And Emotion In Viral Marketing. Journal Of Public Affairs Volume 13 Number 2 Pp 160

Boxin, (2020). Study On Social Media Marketing Campaign Strategy – Tiktok And *Instagram*. Master Of Science In Management Studies At The Massachusetts Institute Of Technology May 2020

Charlesworth Alan. (2014). *Digital Marketing: A Practical Approach*. Routledge

Dahl Stephan (2018). *Social Media Marketing: Theories and Applications*. Sage Publication, London

DINIATI, Anisa et al. PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING HOTEL DAFAM EXPRESS JAKSA JAKARTA. Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR), [S.l.], v. 1, n. 2, p. 102-115, jan. 2023.  
ISSN 2963-7740.

Doembana, dkk. (2017). *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Drummond, dkk. (2019). *Digital Engagement Strategies Andtactics In Social Media Marketing*. Vol. 54 No. 6, 2020. Emerald Publishing Limited. European Journal of Marketing

Firmansyah Anang, (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media: Surabaya

Harian Jogja. (2020, 31 Desember). Instagram: Platform Andalan untuk Pemasaran Sepanjang 2021. Tekno. <https://tekno.harianjogja.com/read/2020/12/31/503/1059560/instagram-platform-andalan-untuk-pemasaran-sepanjang-2021>

Humaira, N. 2021 . AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)

Model of Cosmetics Marketing Communication on Online Beauty Forum (Case- Study: Avoskin Marketing on Sociolla) .  
MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi. 4(1). 186-200. Diakses dari <https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/1031>

Jaeger, Sara R. et all. 2017. *Product uniqueness: Further exploration and application of a consumer-based methodology. Food Quality and Preference* Vol. 60, Pages 59-71.

Journal Sociolla. 2021. Mengenal Press On Nails, Solusi Kuku Cantik yang Praktis di Tengah Pandemi. Journal Sociolla. <https://journal.sociolla.com/beauty/mengenal-press-on-nails>

Kangean Sharen. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan E-Commrece Di Indonesia.* Journal Untar Porlogia Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, Hal 280 -287.

Kayode Olujimi (2014). *Marketing Communication.* Journal of Bookboon.com

Khamim, 2018. Survei: Wanita Senang Diskon, Pria Suka Promo Cashback. [Indonesiainside.id. https://indonesiainside.id/lifestyle1/2018/12/11/surveiwanita-senang-diskon-pria-suka-promo-cashback](https://indonesiainside.id/lifestyle1/2018/12/11/surveiwanita-senang-diskon-pria-suka-promo-cashback)

Khotimah Khusnul. (2017). Penerapan komunikasi Pemasaran daya Grand Square dalam Menjaln Loyalitas Customer. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Hasanuddin makassar

Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group

Kusniadji Suherman. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada

PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Jurnal Komunikasi Vol. 8, No. 1, Juli 2016, Hal 83 – 98

Lioni dan Wulan Permata Sari. 2022. Analisis Fungsi Media Instagram bagi Promosi Felize Beauty Bar. *Kiwari* . 4(1). 315-321. Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/Kiwari/article/view/15606>

Lin-Lin Xue, Ching-Cheng Shen , Alastair M. Morrison dan Li-Wen Kuo. 2021. Online Tourist Behavior of the Net Generation: An Empirical Analysis in Taiwan Based on the AISAS Model. *Journal Sustainability*. 13. 1-19. Diakses dari [https://www.academia.edu/100407715/Online\\_Tourist\\_Behavior\\_of\\_the\\_Net\\_Generation\\_An\\_Empirical\\_Analysis\\_in\\_Taiwan\\_Based\\_on\\_the\\_AISAS\\_Model](https://www.academia.edu/100407715/Online_Tourist_Behavior_of_the_Net_Generation_An_Empirical_Analysis_in_Taiwan_Based_on_the_AISAS_Model)

Lioni dan Wulan Permata Sari. 2022. Analisis Fungsi Media Instagram bagi Promosi Felize Beauty Bar. *Kiwari* . 4(1). 315-321.

Macarthy, A. (2015). 500 Social Media Marketing Tips. Wales: Andrew Macarthy.

Marixon, 2014. Melirik Cerahnya Peluang Usaha Aksesoris Wanita. *Maxmanroe.com*. <https://www.maxmanroe.com/melirik-cerahnya-peluangusaha-kreasi-aksesoris-wanita.html>

Mendoza C, (2020). *A Content Analysis Of How Healthcare Workers Use Tiktok. Strategic Communications Elon University Elon* .*Journal Of Undergraduate Research In Communications*, Vol. 11, No. 2

Michelin, Gabrielle (2020) *Perancangan Informasi Mengenai Nail Art Mandiri* (RAMADANI, 2023) *Di Rumah Melalui Media Buku Ilustrasi*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Sage.

Mualimah, Hadah (2022). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. KREATIF(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif) Vol. 04 No. 01 Juni 2022

Meyrin Lenny. (2014). Peranan Komunikasi Pemasarandalam Meningkatkan Minat Pengguna Iklan Di Harian Komentar manado. Journal“Acta Diurna” Volume III. No.3. Tahun 2014

Milanita Puspita Dewi, Muhammad Isnaini, dan Lasmary Rosentauly Maissalnya Girsang. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Brand Addiction . Journalof Management and Bussines . 4(1). 253-266. Diakses dari <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/3609>

Nurjanah Siti, 2015. *Peranan Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan*. Management Bisnis. World Class Islamic University Unisula

Primata Millenia, A., & Kusuma Dewi, C. (2021). Decision Making Processes Menggunakan Model Aisas (attention, Interest, Search, Action, Dan Share) Pada Celebrity Endorsed Advertisement Bittersweet By Najla. EProceedings of Management, 8(2), 1208-1217. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14794>

Rahmalia N (2021) *Perbedaan Micro dan Macro Influencer*. Glints.id <https://glints.com/id/lowongan/perbedaan-micro-macro-influencer>

Ramadani, D. W. (2023). *Strategi Pengelolaan Akun Instagram @infopurwokerto*. Purwokerto: UIN Purwokerto.

Rini, M., & Harahab, N. (2018). The Influence of Endorser in Social

- Media Toward Consumer Decision Making with AISAS Model. *ECSoFiM: Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*, 06(01), 106–118.
- Sara Javed, Md. Salamun Rashidin & Yun Xiao . 2022 . Investigating the impact of digital *influencers* on consumer decision-making and content outreach: using dual AISAS model, *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 35:1, 1183-1210, DOI: 10.1080/1331677X.2021.1960578
- Sholihin Riadhus. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0 (Strategi dan Implementasi Sederhana Kegiatan Marketing Untuk Bisnis dan Usaha)*. Anak Hebat Indonesia: Yogyakarta
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tania, Adelia Septiani Restanti. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Inteligencia Media Intrans Publishing Group.
- Try Nuryanti. “Kom & Realitas Sosaial Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 12 No. 12, Bandar Lampung, 2016
- Tsamarah Nadiyah dan Alvanov Z. Mansoor. 2023. Komunikasi Aisas dalam Ekosistem Bisnis Wedding Organizer. *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial* . 4(2). 150-160. Diakses dari <https://ojs.uph.edu/index.php/JSDIS/article/view/5865>
- Vira Juliaristanti, Asep Muhamad Ramdan dan Dicky Jhoansyah. 2020. Analisis Karakteristik Followers Dan Konten Iklan Dalam Mengukur Efektivitas Instagram Stories Advertisement Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Synthax*2(8). Diaksesri <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/502>
- Venuemagz. (2023, September 15). ZAP Beauty Index 2023: Berikan

Perspektif Baru Mengenai Tren Kecantikan Lokal. VenueMagz.  
<https://venuemagz.com/news/zap-beauty-index-2023-berikan-perspektif-baru-mengenai-tren-kecantikan-lokal/>

Wahyu Fitri. (2019) *Pengaruh Terpaan Media Online Shop Di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Stikom Prosia. Jurnal Komunikasi Stikom Prosia, Volume 14 Nomor 1, April 2019*

Widoyoko, Eko Putro. (2014). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Wilkie, W. L., & Moore, E. S. (2012). Expanding Our Understanding Of Marketing In Society. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*

Yusuf, A. M. (2014). Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : Prenadamedia Group.

Yusuf Hamali. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group Edisi 1 Cet. Ke-1

