

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, & David A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press.
- Adhawiyah, Y. R., Anshori, M. I., & AS, F. (2019). PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 267. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.6530>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alaric, G., & Abednego, F. (2022). PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION MEREK SEPATU OLAHRAGA. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 168–189.
- Anjani Handono, A., Nina Madiawati, P., University, T., Telekomunikasi, J., & Barat Indonesia, J. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, MELALUI BRAND AWARENESS PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG. In *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 11, Issue 1).
- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyo Dinarso, R., Aprilia Nurhaliza, D., & Qomariah, N. (2024). The Impact of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchasing Decisions on Cosmetic Products. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 346–350. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.2861>

- Daengs, A. G., Pramono, B., Istanti, E., & Bramastyo, R. K. (2023). Impact of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Intention in Coffee Shop Culinary in Surabaya. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 06.
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SOMETHINC DI TIKTOK SHOP*.
- Ghozali I., & Latan H. (2020). Partial Least Square Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Edisi 2). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Graciola, A. P., De Toni, D., Milan, G. S., & Eberle, L. (2020). Mediated-moderated effects: High and low store image, brand awareness, perceived value from mini and supermarkets retail stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102117. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102117>
- Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK FAST FASHION*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Irianti, F., Dedi, S., & Sylvia, M. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SCARLETT. *Management Business Journal*, 6(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition* (Vol. 15E, Issue 4).
- Kurniasih, D., Alam, S., & Bahrudin, U. (2025). The role of social media in creating brand awareness and purchase intention. *Journal of Management Science (JMAS)*, 8(1), 144-152. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS

- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Mohamad Musa Abdullah, Dede R Oktini, & Dedy Ansari Harahap. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405>
- Pardianti, M. S., Valiant, V., Sos, S., & Ikom, M. (2022). PENGELOLAAN KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(2).
- Ramdan, A. M., Maulana, M. F., & Revinzky, M. A. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla Andry. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2).
- Renata, T. (2024). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM, TIKTOK, AND WORD OF MOUTH ON THE DECISION TO PURCHASE “MIXUE” ICE CREAM IN SURAKARTA (CASE STUDY OF UNS STUDENTS). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 2(2), 168–176. <https://doi.org/10.20961/meister.v2i2.791>
- Rulli Nasrullah. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Sabilla, S. S., Febriansyah, R. E., & Sumartik, S. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2852. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5566>
- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (n.d.). *Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*. 10.
- Sarwono J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Yogyakarta. Graha Ilmu*.

- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. *Bandung. Alfabeta.*
- Tambunan, M. A. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Asuransi Takaful Keluarga. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(2), 210–219. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v3i2.734>
- Tjiptono F. (2017). Strategi Pemasaran (4th ed.). *Cv. Andi Offset.*
- Tuten, T., & Solomon, M. R. (2017). Social Media Marketing - Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon. In 2017.
- Upadana, M. wahyu K., & Pramudana, K. A. S. (2020). BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>
- Wahyuni, R., Perdana Oskar, D., Mariana, R., Irfani, H., & Theozard Fikri, H. (2023). Faktor Psikologis dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian pada Live Shopping TikTok. *Psyche 165 Journal*. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v16i3.254>
- Wardhana, A., Immanudin Hasbi Syahputra, & Kristina Sisilia. (2019). Riset Pemasaran. *Bandung. Nugraha Adi Cipta.*

Website

- Alvin Pratama. (6 November 2023). Tenar di 2 Marketplave Teratas, Somethinc Raih Penghargaan Brand Choice for Health & Beauty 2023. <https://infobrand.id/tenar-di-2-marketplace-teratas-somethinc-raih-penghargaan-brand-choice-for-health-beauty-2023.phtml>
- Backlinko Team. (01 Juli 2024). TikTok Statistics You Need to Know. <https://backlinko.com/tiktok-users>
- Eftah Putri Hapsari. (10 Desember 2023). Mengenal Irene Ursula pendiri Somethinc, merek skincare lokal yang tembus pasar internasional. Hops. <https://www.hops.id/unik/29411153687/mengenal-irene-ursula-pendiri-somethinc-merek-skincare-lokal-yang-tembus-pasar-internasional>
- Kementerian Perindustrian. (30 Oktober 2024). Prospek Cerah IKM Kosmetik Lokal, Siap Maksimalkan Pasar Dalam dan Luar Negeri.

<https://ikm.kemenperin.go.id/prospek-cerah-ikm-kosmetik-lokal-siap-maksimalkan-pasar-dalam-dan-luar-negeri>

Laura Ceci. (20 Agustus 2024). Country with the largest Tiktok audience as July 2024. Statista. <https://www-statista-com.translate.goog/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pto=tc>

Monavia Ayu Rizaty. (25 Februari 2025). Deretan Negara Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia per Januari 2025, Indonesia Nomor 2. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/deretan-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-per-januari-2025-indonesia-nomor-2>

Simon Kemp. (21 February 2024). Digital 2024: Indonesia. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Simon Kemp. (31 Januari 2024). Digital 2024: Global Overview Report. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Tiktok Newsroom. (29 Mei 2024). Tiktok Gelar Ad Awards 2024 di Indonesia, Rayakan Kampanye Kreatif Terbaik dari Berbagai Brand Hingga UMKM. <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-gelar-ad-awards-2024-di-indonesia-rayakan-kampanye-kreatif-terbaik-dari-berbagai-brand-hingga-umkm>

Wartaekonomi. (02 Mei 2025). Suksesnya Irene Ursula Membangun Somethinc hingga Masuk Fortune Indonesia 40 Under 40. <https://wartaekonomi.co.id/read565652/suksesnya-irene-ursula-membangun-somethinc-hingga-masuk-fortune-indonesia-40-under-40>