

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I Gusti Ngurah. 2006. *Statistika Penerapan Model Rerata Sel Multivariat dan Model Ekonometri dengan SPSS*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bhakti.
- Anindyaputri, Irene. 2021. *Begini Bedanya Peran Content Marketing dan Social Media Marketing*. <https://glints.com/id/lowongan/perbedaan-content-marketing-dan-social-media-marketing/#.YcNVui2B1p8> (diakses pada 15 Oktober 2021).
- Annur, Cindy. 2020. *TikTok Telah Diunduh Lebih dari 2 Miliar Kali di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia> (diakses pada 5 Oktober 2021).
- Aprilia, Lea, Candraningrum, Diah, dan Nigar Pandrianto. 2019. *Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project)*. *Prologia* (Juli). <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6236/4257> (diakses pada 10 Oktober 2021).
- Alvara Beyond Insight. 13 Januari 2021. *Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020*. <https://alvara-strategic.com/indonesia-gen-z-and-millennial-report-2020/> (diakses pada 26 September 2021).
- Badan Pusat Statistik. *Istilah*. https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4 (diakses pada 5 Oktober 2021).
- Bilgin, Yusuf. 2018. *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty*. <https://www.bmij.org/index.php/1/article/view/839.1> (diakses pada 30 November 2021).
- Cooper, Paige. 2021. *Paid vs. Organic Social Media: How to Integrate Both into Your Strategy*. <https://blog.hootsuite.com/organic-vs-paid-social-media/> (diakses pada 8 Desember 2021).
- Durianto, Darmadi, Budiman, Lie, dan Sugiarto. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Google Books.
- Dwitama, Aldio, dan Rita. 2015. *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Marketing Communication Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Minat Menonton RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia)*. *Binus Business Review* (Mei). <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/988> (diakses pada 21 September 2021).
- Eckstein, Mike. *Tanpa tahun. Social Media Engagement: Why it matters and How to Do it Well*. <https://buffer.com/library/social-media-engagement/> (diakses pada 15 Desember 2021).
- Estika, Ima. 2017. *Gaya Hidup Remaja Kota (Studi Tentang Pengunjung Kafe di Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP* (Februari). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/12301> (diakses pada 5 Oktober 2021).

- First Media. 2021. Tren dan Solusi Bisnis Coworking Space. <https://www.firstmedia.com/article/tren-dan-solusi-bisnis-coworking-space> (diakses pada 27 September 2021).
- Google. Tanpa tahun. Measuring Brand Awareness. <https://support.google.com/google-ads/answer/1722064?hl=en> (diakses pada 16 Desember 2021).
- Gupta, Tanvi, Mishra, Smita, dan Khushi Katyal. 2021. *A Textbook On Digital Marketing*. New Delhi: Puffins Publishers Private Limited. Google Books.
- Hirose, Alyssa. 2021. The Complete Guide to TikTok Analytics: How to Measure Your Success. <https://blog.hootsuite.com/tiktok-analytics/> (diakses pada 13 Desember 2021).
- Hootsuite. Tanpa tahun. Brand Awareness. Brand awareness hootsuite <https://blog.hootsuite.com/social-media-definitions/brand-awareness/> (diakses pada 10 Desember 2021).
- Hootsuite. 2022. Create Engaging and Effective Social Media Content. <https://help.hootsuite.com/hc/en-us/articles/4403597090459-Create-engaging-and-effective-social-media-content#know-your-post-anatomy-0-0> (diakses pada 22 Januari 2022).
- Instagram. Tanpa tahun. What Is Instagram. https://help.instagram.com/424737657584573/?helpref=uf_share (diakses pada 13 Desember 2021).
- Jallad, Revecka. 2019. To Convert More Customers, Focus On Brand Awareness. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/10/22/to-convert-more-customers-focus-on-brand-awareness/?sh=1001aaa02075> (diakses pada 31 Desember 2021).
- Juliana, Djakasaputra, Arifin, Pramezwarly, Amelda, dan Jeperson Hutahaean. 2020. *Marketing Strategy In Digital Era*. Pekalongan: Penerbit NEM. Google Books.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Mahendra, Dimas dan Nugrahani Rah. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Brand Awareness Hearo Di Instagram. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15006/14906> (diakses pada 10 Oktober 2021).
- Nguyen, Lavender dan Karolina Mikolajczyk. 2021. How to Use Instagram Reels for Business in 2021. <https://blog.hootsuite.com/instagram-reels/> (diakses pada 13 Desember 2021).
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Pertiwi, Dewanti, dan Henni Gusfa. 2018. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute. Jurnal Media Kom (Desember). <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/view/3915> (diakses pada 21 September 2021).
- Pranisitha, Ayu. 2020. Sosiolog: Fenomena Coffee Shop Bisa Munculkan Budaya Baru. *Antara News*. 24 November.

- <https://www.antaraneews.com/berita/1856828/sosiolog-fenomena-coffee-shop-bisa-munculkan-budaya-baru> (diakses pada 20 Desember 2021).
- Redcomm. 2021. 5 Tingkatan Influencer Yang Harus Anda Kenali Agar Tak Salah Pilih. <https://redcomm.co.id/knowledges/5-tingkatan-influencer-yang-harus-anda-kenali-agar-tak-salah-pilih> (diakses pada 10 Oktober 2021).
- Setyowati, Desi. 2018. Pengguna Internet Indonesia paling suka Chatting dan Media Sosial. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a56038da9a/pengguna-internet-indonesia-paling-suka-chatting-dan-media-sosial> (diakses pada 22 Januari 2022).
- Saputra, Didin, Sutiksno, Dian, Kusuma, Aditya, Romindo, Wahyuni, Dewi, Purnomo, Agung, dan Janner Simarmata. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Google Books.
- Shleyner, Eddie. 2020. 19 Social Media Metrics That Really Matter And How to Track Them. <https://blog.hootsuite.com/social-media-metrics/> (diakses pada 15 Desember 2021).
- Tarigan, Novena, dan Syahutra. 2017. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi terhadap Kesadaran Merek Pepsi. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis* (April). <http://www.jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/article/view/24/5> (diakses pada 21 September 2021).
- TikTok. 2021. Introducing TikTok Brand Lift Study to measure moments that matter most. <https://www.tiktok.com/business/id/blog/introducing-tiktok-brand-lift-study-to-measure-the-moments-that-matter-most> (diakses pada 12 Desember 2021).
- Zarzycki, Nick. 2018. Reach vs. Impressions: What's the Difference (And What Should You Track)?. <https://blog.hootsuite.com/reach-vs-impressions/> (diakses pada 7 Desember 2021).