

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Spektrum.
- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2017). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish Publisher.
- Effendi, M., & Juita, F. (2024). *Statistik Non Parametik*. Penerbit NEM.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi pada UMKM*. Deepublish Publisher.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communications: Touchpoints, Sharing, and Disruption* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit Andi.
- Hanlon, A. (2019). *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration*. SAGE Publications.
- Harjadi, D., & Fitriani, L. K. (2024). *Marketing (Teori dan Konsep)*. PT Arr Rad Pratama.
- Haryono, E., Suprihatiningsih, S., Rangkuti, R. K., & Sariman. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI).
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. : PT RajaGrafindo Persada.
- Kamaruddin, I., Firmansah, D., Zulkifli, Ode Aman, A. P., Nasarudin, Samad, M. A., & Haerudin. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Global

Eksekutif Teknologi.

- Kasemin, K. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Media Nusa Creative.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (3rd ed.). Pearson Education Inc.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2 ed.). Kencana.
- L. Tuten, T. (2020). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research An Applied Orientation*. Pearson Education Limited.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media & Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pramika, D. (2021). *Statistik Penelitian*. Bening Media Publishing.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS: Praktis dan Mudah dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Penerbit Gava Media.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. dadan, Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Saparuddin, Suhud, U., Hamidah, Ulupui, I. G. K. A., Purwohedi, U., & Zulaihati, S. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis* (hal. 98). Penerbit Samudra Biru.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT Refika Aditama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan*

Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama. Kencana.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Putri, S. E., Kurniawan, A. P., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish Publisher.

Yunus, U. (2021). *Digital Branding: Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

Anindhita, W., Abdillah, F., & Rahmawati, D. (2022). Business Promotion Innovation Through Media Digital as a Marketing Communication for MSMEs. *ICHELSS: International Conference on Humanities, Education, Law, and Social Sciences*, 2(1), 189–198.

Burhanuddin, R. A., Amalia, A., & Fauzi, A. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Melalui Instagram Akun @ortuseight Terhadap Brand Awareness Produk Olahraga Ortuseight bagi Followers Instagram Official Account @idextratime. *Daruna: Journal of Communication Institut Bisnis Nusantara*, 2(1), 29–40. <https://ibn.e-journal.id/index.php/daruna/article/view/622>

Firdausi, T. I., Sutjipto, V. W., Sary, M. P., Prananingrum, E. N., Putri, K. Y. S., & Romli, N. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @lyfewithless sebagai Komunitas Gaya Hidup Minimalis Terhadap Sikap Bijak Berkonsumsi Followers. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 5(3), 434–453. <https://doi.org/https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i3.1337>

Jatmiko, F. K. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Podcast Berbahasa Jawa. *The Commercium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5, 157–167. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/48482>

Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram. *e-Proceeding of Management Telkom University*, 8(2), 1787–1800. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14847>

Kusmayadi, I. M., & Gumilar, G. (2019). Media Sosial dan Promosi oleh Pengelola Factory Outlet dan Distro/Clothing Company di Bandung. *Communications*, 1, 91–104. <https://doi.org:https://doi.org/10.21009/Communications.1.2.5>

- Majestika, R. A. N., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2023). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital Marketing Terhadap Brand Awareness di Jember Studi Kasus Rich Village. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS Situbondo*, 2(2), 194–201. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/jme.v2i2.2758>
- Murdana, Y. T., & Bethani Suryawardani. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *e-Proceeding of Management Telkom University*, 5(2), 847–851. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10201>
- Rufaida, N., & Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *e-Proceeding of Management Telkom University*, 6(2), 2091–2097. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9529>
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce Hijup. *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 249–269. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>
- Septiarini, E., Susyani, N., & Trisnia Manggiasih. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3), 302–311. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/JEE.v4i3.20117>
- Septira, I. A., Lidiya, & Setya, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Produk Skincare Scarlett pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Tuah Kota Dumai. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(2), 152–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.532>
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 198–209. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>

Web

- Cindy Mutia Annur. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>