

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. P. Y. (2024). *Jurusan pariwisata politeknik negeri bali badung 2024*.
- Amelia, A, R. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Minuman Kekinian Esteh Indonesia (Survey Pada Followers Instagram @esteh.indonesia). *Jurnal Ekonomi Mercu Buana*. Vol. 2. 13. Doi: <https://repository.mercubuana.ac.id/87822/>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(2), 716–724. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2506>
- Citra, Adimurti. Reggy, Zevana. Putri, Gabriela. Widita, Anindya. (2024). Utilizing K-Pop Idols as Brand Ambassadors to Increase Brand Awareness in Social Media. *Procedia Computer Science*. Vol. 234 787–794. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.065>
- Databoks. (2023). *Apa Merek Laptop Paling Populer di Indonesia? Ini Hasil Surveinya*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/b56f477d2f1981c/apa-merek-laptop-paling-populer-di-indonesia-ini-hasil-surveinya>
- Ekadjaja, M., Adiwijaya, E., & Puspita, E. C. (2023). Pengaruh Identitas Merek, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 255-273.
- Fakultas Ekonomi. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi dan Proposal Skripsi 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3, 409–418.
- Galang, T. (2021). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen

dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Halida, A. N. I. U. M. (2023). Peran *Brand Ambassador* dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Produk Shampoo Pantene. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 250. <https://doi.org/10.51278/bce.v3i2.901>

Hariyanto, D., Triyono, M., & Köhler, T. (2020). Usability Evaluation of Personalized Adaptive E-Learning System Using USE Questionnaire. *Knowledge Management & E-Learning*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2020.12.005>

Hasan, M. (2022). Volume : 8 Bulan : November Tahun : 2022 Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar Volume : 8 Nomor : 4 Bulan : November Tahun : 2022. 1257–1266. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>

Hussin, K., & Hishan, S. S. (2022). *The Implementation of Brand Awareness Strategies to Attract New Customer to The Company The Implementation of Brand Awareness Strategies to Attract New Customer to The Company*. 12(1), 1534–1552. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i1/12178>

Kontan.co.id. (2024). Penjualan Laptop Zyrexindo Mandiri Buana (ZYRX) Tumbuh 30% di Kuarter I 2024. <https://amp.kontan.co.id/news/penjualan-laptop-zyrexindo-mandiri-buana-zyrx-tumbuh-30-di-kuarter-i-2024>

Kotler, P. (2021). *Principles of Marketing 5.0*. Pearson Education, Inc <http://perpus.swins.ac.id/opac/detail-opac?id=1213>

Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Lovina, A. D. A. (2024). Analisis social media (Instagram) marketing “Meta Ads” dan kualitas konten terhadap brand awareness Creation Tour & Travel di PT Creation Indonesia Tour dan Travel. Oleh: Alfabella Denasha Anjar Lovina. Marlina, D. (2023) Strategi Komunikasi Pemasaran Trans TV dengan Menggunakan Meta Ads dalam Meningkatkan Brand Awareness. *JIPSi. XIII*(2).

Masiaga, N., Worang, F., & Mandagie, Y. (2022). Analysis of the Effect of Security and Trust on Customer Satisfaction in Manado City Who Shops Online at Lazada.com. *Jurnal EMBA*, 10(2), 900–910. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40476/36551>

Mediaindonesia.com. (2024). Zyrex Luncurkan 4 Produk untuk Lengkapi Kebutuhan Hiburan dan Bekerja. <https://mediaindonesia.com/teknologi/672399/zyrex-luncurkan-4-produk-untuk-lengkapi-kebutuhan-hiburan-dan-bekerja>

Meta. (2024). Prepare to advertise on Meta technologies. <https://www.facebook.com/business/help/714656935225188?id=8027451565>

80214

- Michelle, Otto Bambang Wahyudi, & Felicia Goenawan. (2021). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Kollabora. *JURNAL E-KOMUNIKASI*.
- Muthuswamy, V. V. (2023). *Impact of Social Media Advertising on Brand Awareness and Customer Engagement*. 4684(September), 217–236.
- Nardo, R., Liza Yuliana, Kania Ratnasari, S.T., M. I., Jeffry Nugraha, S.T., M. M., Anne Lasminingrat, S.E., M. M., Hero Wirasmara Kusuma, S.E., M. M., Meydy Fauziridwan, S.M.B., M. M., Acai Sudirman, S.E., M. M., Alfis Yuhendra, S.P., M. S., Dr. (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP, C., & CHRA, CPP, C. (2024). Branding Strategy di Era Digital (Issue March).
- Nadia, K. Putri (2024) Emiten Zyrex ZYRX digencet rugi di kuartal-iii 2024 cetak pendapatan RP208.19 miliar. <https://swa.co.id/read/452732/emiten-teknologi-zyrex-zyrx-digencet-rugi-di-kuartal-iii2024-cetak-pendapatan-rp20819-miliar>
- Optify Indonesia. (2023). Manfaat Strategi Pasan Meta Ads dalam Periklana Digital. <https://www.optify.co.id/digital-advertising/manfaat-strategi-pasang-meta-ads-dalam-periklanan-digital/>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif (T. Chandra, ed.). Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putra, I. G. J. N. (2024). The implementation of Meta Business Suite in increasing brand awareness at Hilton Bali Resort.
- Putra, Y., Santos, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa. *I*(1), 11–21.
- Reonald, N., & Hisyam, M. (2022). Analisis tingkatan brand awareness pada penyedia jasa layanan ojek online: Studi kasus Kota Samarinda. *Jurnal Ekonomika*, 11(2), 208–221.
- Revou.co. (2024). Pengenalan Dasar Facebook Ads. <https://www.revou.co/panduan-teknis/pengenalan-dasar-facebook-ads>
- Saputri, Y. S., & Liliyan, A. (2022). Analisis tingkat brand awareness masyarakat Sukoharjo terhadap produk multivitamin Renovit.
- Sitanggan, A. S., Nazhif, D. N., & Muhammad Harits Ar-Razi, M. A. F. B. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Universitas Komputer Indonesia , Indonesia berpartisipasi , berbagi , dan

- menciptakan isi , meliputi blog , jejaring sosial , wiki , forum , dan. 2(3).
- Social, W. A. (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. Wearesocial.Com.
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). 13(1), 72–83.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta
- Sundari, A. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Digitalisasi Marketing untuk Branding Desa. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 4(1), 45–52. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v4i1.690>
- Swimbawa, M. K., & Diena M. Lemy. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Brand Loyalty* Pesona Indonesia. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.51278/bce.v3i2.968>
- Talahatu, I. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dipersepsikan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Di Kota Ambon. 3(1), 315–322.
- Utama, A. P. (2023). Manajemen Pemasaran: Konsep Dasar dan Ruang Lingkup. Bandung: Adanu Abimata.
- Veronica. Savitri, Lusia. (2021). Marketing Public Relations Strategy in Developing Atourin's Brand Awareness (A Study Through Virtual Tour Events During COVID-19 Pandemic). *Atlantis Press Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 570. 849-856. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.134>
- Winata, V., Priowidodo, G., & Yogatama, A. (2021). Tingkat *Brand Awareness* Masyarakat Surabaya Mengenai Brand Loan Market Indonesia. 2013.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Yulius, N. (2020). Pengaruh harga dan branding terhadap keputusan pembelian laptop merek Azus: Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar (Skripsi, Universitas Ngurah Rai Denpasar).
- Zyrex. (2021). Zyrex Official Website. <https://zyrex.com/v3/>