

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, R. D. (2012). Analisis Pengaruh *Internet Marketing* terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan *Brand Awareness* untuk Memunculkan *Intention to Buy*. 9(1).
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen *Sugar Tribe*. *e-Proceeding of Management*, 2581-2587.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: Rineka Cipta
- Azaria, P. A., & Awareness, B. (2014). *Pengaruh internet marketing terhadap pembentukan word of mouth dan efektivitas iklan dalam meningkatkan brand* (Studi pada Follower Akun Twitter Pocari Sweat di Jejaring Sosial Twitter ). 13(1), 1–7.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice* (1st ed). Pearson Education.
- Chris, Heuer. (2009). *The Social Media Playbook: Listen, Look, Join and Lead*. New Jersey: Wiley Publisher.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Jilid 1). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, A. F. (2018). Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 55(2): 192-201.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kinanti (2021). Pengaruh *digital marketing podcast* terhadap *brand awareness* teman tidur *podcast* the *effect of digital marketing podcast on brand awareness of* teman tidur *podcast*. 8(1), 242–249.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Managemen*, (Jilid 15). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2008. *Prinsip prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2010. *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua belas*, Jakaerta: Erlangga
- Lupiyoadi dan hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat : Jakarta

- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. (2020). Pengenalan *Google My Business* untuk Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Era *E-commerce & Media Sosial*. *Jurnal Pengabdian Balerang*, 2(February), 0–5. <https://doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625>. CITATIONS
- Putra, Algamar. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(23–6), 1–11.
- Putu, I. D., Wiyata, G., Dona, M., Aristana, W., & Indonesia, S. S. (2020). ISSN : 2337-3067 E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 9 . 11 ( 2020 ): 1035-1044 *pengaruh social media marketing terhadap brand awareness dan purchase intention ( Studi Kasus : SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar)*
- Qomariah, Nurul. (2016). “*Marketing Adactive Strategy*”. Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu.
- Rangkuti Freddy, (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus *Intrgrated Marketing Communication*, Jakarta: gramedia pustaka utama
- Rismadhi, F. I., Jumhur, H. M., Hum, M., & Febrianta, M. Y. (2020). Analisis pengaruh *social media marketing* terhadap *brand awareness* bisnis transportasi gojek pada layanan go-ride ( studi kasus kota bandung ) *analysis of social media marketing effect on brand awareness of gojek transportation business on go-ride services ( case study of bandung city )*. 7(2), 5293–5301.
- Rizky, M., Moeliono, N. N. K., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). Pengaruh *digital marketing* melalui instagram terhadap *brand awareness asia catering Bogor digital marketing influence through instagram on brand*. 6(2), 4165–4172.
- Rufaida (2019). Analisis pengaruh pemasaran *digital ( digital marketing )* terhadap *brand awareness* pada *e-commerce analysis the impact of digital marketing of the brand awareness on e-commerce*. 6(2), 2091–2097.
- Salamah (2021). Pengaruh *social media marketing* terhadap *brand awareness* pada *e-commerce hijup*. 2, 249–269.
- Schiffman, Leon. & Kanuk, Leslie. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni)
- Sholihin, Riadhus. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant
- Solis, Brian. (2012). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2012). “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND”. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. *In Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Susan, Gunelius. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.

Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). *Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 46–58. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1426/pdf>

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012) *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.

Wardhana, Aditya. (2015). Strategi *Digital Marketing* dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis pengaruh pemasaran *digital ( digital marketing )* terhadap *brand awareness* pada *e-comerece*. 12(2), 198–209.

