

DAFTAR PUSTAKA

- Asrori. (2020). *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner* (Cet. 1). CV. Pena Persada.
- Budiman, Q., Mouton, S., Veenhoff, L., & Boersma, A. (2021). Analisis Pengendalian Mutu di Bidang Industri Makanan (Studi Kasus: UMKM Mochi Kaswari Lampion Kota Sukabumi). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(0.1101/2021.02.25.432866), 1–15.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing, Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). In *Manajemen Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34.
- Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram the Influence of Digital Marketing on Brand Awareness Through Instagram. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1787–1800.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah

Mediatama.

- Machali, I. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Normi, S. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen*. Expert.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwana ES, D., Rahmi, & Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Saebani, B. A. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.
- Salsabila, G. T., Mayasari, & Poerana, A. F. (2022). *Persepsi Konsumen Mengenai Pembentukan Brand Awareness BitterSweet By Najla Melalui Media Sosial Tiktok*. 16(8), 7189–7200.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis*

Menjadi Lebih Mudah. In *Februari*. Yayasan Kita Menulis.

Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, D. A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (Issue January).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sunaryo. (2015). Psikologi. In M. Ester (Ed.), *Google Books* (p. 310). Buku Kedokteran EGC.

Sutrisman, D. (2019). *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*. GUEPEDIA.

Wijaya, Candra., & Rifa'i, M. (2016). *dasar-dasar manajemen mengoptimalkan pengelolaan organisasi secara efektif dan efisien*.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*.

- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209.
- Yanti, D. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Industri Perhotelan di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 6(2).