

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Alfiansyah, L. (2021). *Pengaruh viral marketing dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian online shop pada mahasiswa universitas jember*. 14–44. http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1319/%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1319/4/Bab_2_watermark.pdf
- Alwan, F., & Catya, K. (2023). Perancangan Visual Storytelling Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness di Mojadiapp. *Jurnal Barik*, 5(1), 168–182. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Andinadewi, K. K., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Akun Twitter @Lemonilo Terhadap Brand Awareness Lemonilo. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 126–135. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v5i2.145>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Blystone, D., & Bio. (2024). *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>
- Chandra, S. V., & Sari, W. P. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Brand Melalui Perspektif Teori AIDA (Studi Kasus Hotel Harper Cikarang). *Kiwari*, 1(2), 370. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15714>
- Decianita, V., Saepudin, & Ratnawati, R. A. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Winnie Wedding Organizer dan Dekorasi di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 3(1), 9–18. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif; dilengkapi analisis regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. CV. Dotplus. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=IJ8hEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Metodologi+Penelitian+Pemasaran&ots=Tg9FvNQuT4&sig=4jM7r7yvjZDQZHcayvsAerhfGHo&redir_esc=y#v=onepage&q=Metodologi+Penelitian+Pemasaran&f=false
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul

- Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Nomor 1).
- Hernawati Pitria. (2020). 184020126_PITRIA HERNAWATI_BAB III_Sugiyono 2020 80. 1–34.
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YwIvEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teknik+analisis+dan+pengumpulan+data+dalam+manajemen+pemasaran&ots=iactt78goX&sig=IMNrr8OwT_ZI1N2__UvaNxbEjnw&redir_esc=y#v=onepage&q=teknik analisis dan pengumpulan data dalam man
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Kevin Jonathan Kurniawan, Reynaldo Wahyudi, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Kurniati, N. Y. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Suatu Produk. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(5), 537–548.
- LESTARI, P. (2023). VALUE Jurnal Ilmiah Manajemen. *Jurnal-Umbuton.Ac.Id*, 1(2), 57–70. <http://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/value/article/view/2739%0Ahttps://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/value/article/download/2739/1543>
- Mulyati, H. P., & Sudrajat, A. (2024). *Efektifitas Model Aida Sebagai Strategi Pemasaran Dan E-Wom Untuk Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Era Digital (Studi Kasus Pada Produk Hanasui)*. 13(4), 873–881.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nugroho, M. C., & Herdinata, C. (2021). The Influence of Instagram on Purchasing Decisions through Brand Awareness (a Study at Hive & Honey Solo). *KnE Social Sciences*, 2021, 474–486. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8835>
- Permana, Erwin, et al. (2024). *Strategi Meningkatkan Brand Awareness Melalui Konten Kreatif Dalam Pemasaran Media Sosial Tiktok Brand Tenue De Attire (SMMA) (Alessandro , 2020)*. Pada pertengahan tahun 2021 , TikTok meluncurkan fitur TikTok. 2(3).
- Rizkia, S. (2021). *Digital Marketing dan Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan*

Bisnis Islam IAIN Kudus. 10–35.

- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sofiani, S. (2020). Pengaruh Sosial Media Terhadap Brand Awareness Amaris Hotel. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(02), 53–61. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i02.19>
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*, 10(1), 36–50. <https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Sutopo, S., Dr. Ir. S.Pd (ed.); Ke-2). Alfabeta, CV. <https://anyflip.com/xobw/rfpq/basic>
- Tjoa, H. B., Sutjipto, C. C., Valerie, V., & Wijayanti, H. (2024). Pemasaran Produk dengan Pendekatan AIDA oleh Influencer di Media Sosial TikTok. *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 235–247.
- Yusmanizar, Thahir, Unde, A., & Muhammad Yunus. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada. *Jurnalisa*, 06(November), 200–215. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>

