

## Daftar Pustaka

- Ananda, Rusydi., dan Muhammad Fadhli. 2018. *Statistik Pendidikan: Teori dan Praktik dalam Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita.  
<http://repository.uinsu.ac.id/3586/>
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azaria, Kumadji, Yaningwati. 2014. Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan *Word of Mouth* dan Efektivitas Iklan dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 13 (1).  
<https://www.neliti.com/publications/83875/pengaruh-internet-marketing-terhadap-pembentukan-word-of-mouth-dan-efektivitas-i>
- Badan Pusat Statistik. 2022. “Kepadatan Penduduk (Jiwa/km<sup>2</sup>), 2019-2021”. Diakses pada 29 Agustus 2022, dari [www.semarangkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/kepadatan-penduduk.html](http://www.semarangkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/kepadatan-penduduk.html).
- Kairupan, Yovanda. 2021. Pengaruh *Public Relation, Advertising*, dan *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Produk UMKM: Studi Kasus pada Toko X Cake and Bakery. *Jurnal JRMB*, Vol 16 (1).  
<http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrmb/article/view/367>
- Kotler, Philip. 2009. *Marketing Manajement: Vol 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.  
<https://archive.org/details/marketingmanagem0013kotl/page/474/mode/2up>
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Oktafiyanto, Alvian. 2022. “Kampung Batik Semarang Bersolek.” *Halo Semarang*, 29 Desember 2020. Diakses pada 11 Agustus 2022, dari [www.halosemarang.id/kampung-batik-semarang-bersolek](http://www.halosemarang.id/kampung-batik-semarang-bersolek).
- Pertiwi, Michelia Nindya. 2014. Fungsi Paguyuban Kampung Batik dalam Pelestarian Batik Semarang di Kota Semarang. *Jurnal Solidarity*, Vol 3 (1).  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity/article/view/4362>
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ryzan, Priyowidodo, Tjahjo. 2020. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Kedai Kopi Kenangan pada Warga Kota Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 8 (2).  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11074>
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*. Austin, TX: Greenleaf Book Group Press.  
<https://archive.org/details/wordofmouthmarke0000sern/page/22/mode/2up>
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra. 2015. Efektifitas *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Konsumen Produk Jigar Fruit Salad di Plaza Semanggi. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol 14 (1).  
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/1670>
- Wicaksono, Seminari. 2016. Pengaruh Iklan dan *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* Traveloka. *Jurnal E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 5 (8).  
<https://www.neliti.com/id/publications/250770/pengaruh-iklan-dan-word-of-mouth-terhadap-brand-awareness-traveloka>
- Wijayanti, Putri. 2022. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* WOT BATU Bandung pada Media Sosial TikTok terhadap *Brand Awareness*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, Vol 7 (1).  
<http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/22198>