

DAFTAR PUSTAKA

Agustina. 2016. *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Vol. 4, Hal 412

Amanda, Priska. 2019. *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Hubungan Merek terhadap Ekuitas Merek Sepatu Vans*. Skripsi. Fakultas Ekonomi

Aryowibowo, Frengky. 2019. *Pengukuran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Telkom Speedy*. Skripsi Manajemen. hal 19

Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Astuti, Sri. 2015. *Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru di FKIP UHAMKA Jakarta*. Jurnal Pendidikan Ekonom. Vol.1, hal 79

A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat

A. Shimp, Terence. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga

Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Prenada media Group

Garaika, Winda, Feriyan. 2018. *Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara. Vol. 16, hal 25

Galu, Khotimatul dan Farah Oktafani. 2017. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin' Donuts Bandung*. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship. Vol 11, No. 1, hal 27-36

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2021 diperoleh dari situs internet: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>. Diakses pada 08 Juli 2022

Humdiana. 2005. *Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black*. Jurnal Ekonomi Perusahaan. Vol 12

Jaidan Jauhari. 2010. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce". Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No.1 (hal 159-168)

Keller, K.L. (2013). *Strategic brand management; Building measuring, and managing brand equity. Fourth Edition. Pearson Education Limited*.

Kensewi, Novita. 2020. *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Ekonomi.

Kertajaya. Hermawan. (2014). *On Marketing*. Gramedia

Kietzman, Hermkens Krispθοer. 2011. *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. Business Horizons, Vol 54, hal 243

Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga

Kotler & Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga

Miliza, Ghazali. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Publishing House.

Labibah, Zakiah. 2018. *Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel di Situs Traveloka*. Jurnal. hal 7

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

Mayasari, Silvina. 2018. *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. Jurnal Komunikasi. Vol. 9, hal 192

M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.

Muliani, Priska. 2015. *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Hubungan Merek Terhadap Ekuitas Merek Sepatu Vans*. Skripsi Manajemen. hal 25

Mursid. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : BUMI AKSARA

Rahman, Sudarman. 2021. *Penguatan Peran Warga Masyarakat dalam Mitigasi dan Adaptasi Menghadapi Wabah Covid-19 di Kabupaten Kolaka*. INDRA:Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. Vol. 2, hal 16

Ramayanti, Firda. 2019. *Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 6, hal 80

Ridwan, Ani, dkk. 2018. *Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok*. Jurnal Pariwisata. Vol. 5, hal 69

Survei Sebut Belanja Masker Media Paling Laris saat Pandemi Covid-19 diperoleh dari situs internet: <https://www.jawapos.com/ekonomi/04/07/2022/survei-sebut-belanja-masker-medis-paling-laris-saat-pandemi-covid-19/> diakses pada 14 Agustus 2022

Survei: 74,5 Persen Konsumen Lebih Nyaman Berbelanja di Online diperoleh dari situs internet: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/03/22/survei-745-persen-konsumen-lebih-nyaman-berbelanja-di-online> diakses pada 14 Agustus 2022

Survei OJK 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-commerce diperoleh dari situs internet: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce> diakses pada tanggal 14 Agustus 2022

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Swastha Basu, dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern* Yogyakarta: Liberty

Syaifullah Muhammad, Anwari Muhammad, dkk. 2019. *Customer Value dan Brand Image Dampaknya Terhadap Customer Loyalty*. Jurnal Studi Gender dan Anak. Vol. 6, hal 80

Tilde Hedning dkk., 2009. *Brand Management Research, Theory and Practice*, New York: Routledge

Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran* edisi keempat. Yogyakarta: Andi

Triastuti Endah, dkk. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta : Universitas Indonesia

Zilfania, Veby. 2019. *Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek*. Jurnal Komunikasi. Vol. 4. No 1, hal 75-87

Zulfikar Alvin, Yuliaty Kinkin. 2019. *Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan di Televisi Terhadap Brand Awareness Bukalapak pada Pengunjung Kota Kasablanka*. Jurnal Komunikasi. Vol 4. No 1, hal 17-26