

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarobi, M., & Yusda, D. D. (2023). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perum Damri Cabang Lampung. Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 2(4), 37–43. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v2i4.1048>
- Amalia, I., & Yuliani Rachma Putri, S.Ip., M. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Maybelline Terhadap Brand Awareness Produk Kosmetik Maybelinne*. 7(2), 4705 – 4715.
- Amrita, N. D. A., dkk. (2024). *Digital Marketing (Teori, Implementasi Dan Masa Depan Digital Marketing)*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Anggraini, F. T., & Habib, M. A. F. (2024). *Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness: Studi Kasus pada UKM Vebcake Tulungagung. Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 1787–1804. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i3.5393>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*, (Online), (<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, diakses pada 29 September 2024).
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 26320–26332. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836>
- Azizah, N., Pratami, R., Buana, A. W., & Margaretha, L. (2020). *Strategi Pemasaran Iklan Go-Jek Versi Cendekiawan Untuk Meningkatkan Pengguna Aplikasi Gojek. Jurnal Lontar*, 8(1), 1–8.
- Babina, T., Fedyk, A., He, A., & Hodson, J. (2024). *Artificial Intelligence, Firm Growth, and Product Innovation. Journal of Financial Economics*, 151(1), 1–36. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2023.103745>
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). *Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian*.

Jurnal Multidisiplin West Science, 03(1), 1–11.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>

Cokki, Nathania, S., & Maupa, H. (2023). *Product Placement On Indonesian Rap Song*. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 1–24.
<https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1097>

Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Kota Surabaya)*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3905–3913.

Dwisyahputra, F. T., & Sisilia, K. (2024). *Pengaruh Advertising dan Celebritiy Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Erigo pada Marketplace Shopee*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonom, Dan Akuntansi*, 8(3), 417–429. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4482>

Ethika, V. F., Andarini, S., Nugroho, R. H., & Prabowo, B. (2022). *Pengaruh Product Placement Kopiko Terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 241–253

Firmansyah, M. W. (2022). *Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Iklan Youtube dari Shopee Terhadap Brand Awareness*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(3), 5147–5156. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i3.1849>

Hariyanto, A., & Putra, A. (2022). *Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah)*. *Jurnal Al-Hukmi*, 3(2), 243–262. <https://doi.org/10.35316/alhukmi.v3i2.2325>

Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). *Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online pada Users di Kabupaten Bungo*. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
<https://doi.org/10.36355/jms.v1i3.614>

Hasniaty, Hendrayani, E., Wairisal, P. L., Rachmawati, A., & Herawati, A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Interner of Things)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Hutagaol, R. S. R., & Safrin, F. A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening*. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>
- Ivena, A. S. B., & Natalia, E. C. (2023). *Kopiko Product Placement in Korean Drama on Brand Awareness*. *Journal of Communication Studies*, 10(1), 22–41. <https://doi.org/10.37535/101010120233>
- Kembuan, K. F., Lopian, S. L. H. V. J., & Wangke, S. J. C. (2021). *The Influence of Samsung Product Placement in Korean Drama “Crash Landing on You” on Brand Memory*. *Jurnal EMBA*, 9(4), 95–104.
- Koo, W. (2023). *Ways to Implement Effective Product Placement on YouTube*. *International Journal of E-Business Research*, 19(1), 1–15. <https://doi.org/10.4018/IJEER.320232>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management*. London: Pearson.
- Kusuma, F. S. (2024). *Dampak Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Oreo di Kalangan Followers Akun Instagram @bpforblinkeu*. *Jurnal DIALOGIA*, 1(1), 1–10.
- Mardiatmoko, G. (2020). *Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]*. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mardiyono, A., & Soesanto, H. (2023). *The Role of Celebrity Endorser, Product Attractiveness in Improving Brand Image*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(1), 150. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1505>
- Megawati, F. T., Umdiana, N., & Nailufaroh, L. (2021). *Faktor-Faktor Struktur Modal Menurut Trade Off Theory*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, 26(1), 55–67. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.255>
- Meidianti, A. R., & Nugrahani, R. U. (2022). *Pengaruh Product Placement Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap Respon Khalayak*. *Jurnal*

Imu Komunikasi Dan Bisnis, 7(2), 196–218.
<http://dx.doi.org/10.36914/jikb.v7i2.726>

Melyza, A., & Agus, R. M. (2021). *Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan pada Pandemi COVID-19 di SMA Negeri 1 Padang Cermin*. *Journal of Physical Education (JouPE)*, 2(1), 8–16.

Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). *Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas*. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.

Murtadlo, M. B., & Azizah, Y. (2019). *Peranan Celebrity Endorser dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jogja Cushy Cheese*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19(1).

Nadeak, C. R. B., & Setiawan, R. (2024). *The Analysis of Product Placement on Brand Awareness and Brand Attitude of Kopiko Candy in Season 2 of Taxi Driver Korean Drama*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1017–1026. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1>

Nelfianti, F., Andriani, R., & Waru, A. P. D. T. (2024). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Jepang Shushi Tei DKI Jakarta)*. *Proceeding National Conference Business, Management, and Accounting (NCBMA)*, 640–647.

Nobelta, O. V., & Rahmalia, A. N. (2024). *Manajemen Periklanan UMKM Digital oleh Agensi Lokal (Studi Kasus Manajemen Periklanan Digital pada Uruga Digital Agency)*. *Jurnal Audiens*, 5(1), 173–183. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.352>

Nofa, M. S. A., Prasetio, A. A., & Mukhroji. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk, Iklan, Electronic Word of Mouth dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 740–750. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2364>

Nugraha, D. M., & Dirgantara, P. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser Fadil Jaidi Terhadap Kesadaran Merek Traffic Bun*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 265–275. <https://doi.org/10.35870/jti>

- Nugroho, R. F. A., & Mayangsari, I. D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pesan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Traveloka “#Xperienccemore With Traveloka” Di Media Sosial Youtube*. *E-Proceeding of Management*, 10(3), 1732–1738.
- Nugroho, R., & Mujanah, S. (2023). *Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan loyalitas Pelanggan*. *SABAJAYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 169–172.
- Nurhasanah, A. A. (2024). *Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness “Fullo” Pada Film “Mencuri Raden Saleh” di Kalangan Remaja*. *Socius : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(11), 416–423. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12601112>
- Oktaviano, D., Permatasari, B., & Fernando, Y. (2022). *Pengaruh Faktor Psikologis dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung)*. *SMART : Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 46–54.
- Prakoso, F. A., Alizunna, D., Alamin, Z., Nugraha, D., & Fridayani, H. D. (2024). *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran)*. Kenagarian Biaro Gadang: CV. Lauk Puyu Press.
- Purba, Dr. F. (2024). *Metodologi Penelitian*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Putra, A. P. (2023). *Analisis E-Marketing, Promosi, Inovasi Terhadap Keputusan Beli di Alfamart*. *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 52–56.
- Rachmadhian, A. K., & Chaerudin, R. (2021). *The Impact of Event Marketing on Building Brand Awareness for Fashion Customers*. *ASEAN Marketing Journal*, 11(1), 52–58. <https://doi.org/10.21002/amj.v11i1.12097>
- Rachmanu, E. D., Purnomo, F., & Hartini, S. (2024). *Peran Social Brand Engagement dan Product Quality Terhadap Peningkatan Brand Awareness, Brand Association, dan Purchase Intention*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 198–210. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n1.p198-210>

- Rachmat, Z., Harto, B., Fauzan, R., Sujana, & Syarifuddin, U. (2023). **Manajemen Pemasaran Perusahaan**. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Rahmawati, R., Antoni, & Prasetyo, B. D. (2019). *Perkembangan Kajian Komunikasi Pemasaran di Kota Malang : Sebuah Meta Analisi*. *Jurnal NOMOSLECA*, 5(1), 36–43. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v5i1.2782>
- Rasmanna, P. M., Utami, Y., & khairunnisa. (2023). *Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen*. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Rozak, A. (2024). *Analisis Strategi Desain Produk untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bersama Cipta Mandiri*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(8), 732–741.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Siwi, S. M., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. (2022). *Influence of Product Innovation, Product Quality, Price and Promotion on Brand Awareness PT. Wuling Kumala Tomohon*. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable*, 5(1), 94–111.
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak*. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(1), 15–24.
- Suryani, N. P. I., Prawitasari, P. P., Nurmalasari, M. R. & Tirtayani, I. G. A. (2024). *Pengaruh Product Placement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 856 – 874. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1>
- Supriyantony, E., & Jayadi, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, dan Iklan Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Eskrim Wall's di Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 61 – 72.
- Sur, I. N., & Salsabilla, A. (2022). *Pengaruh Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. *Aksara: Jurnal Ilmu*

Pendidikan Nonformal, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.137-146.2022>

Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.

Tiong, P., Sumaryo, P., Latif, A., & Dalle, M. Y. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil (Studi Kasus pada PT. Bosowa Berlian Motor di Makassar)*. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 453–467. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5437>

Utami, D., & Askiah. (2021). *Pengaruh Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Sanggar Sarana Baja di Kota Samarinda*. *Borneo Student Research*, 3(1), 851–858.

Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>

Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor*. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/jsm.v5i1.1007>

Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>