

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N., & Saputri, W. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 4(2), 35-42.
- Amanda, R., & Wahyuni, S. (2023). Efektivitas Influencer Marketing terhadap Brand Awareness Produk Makanan di Kalangan Gen Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 67–76.
- Andata, A., & Putri, I. D. (2022). Media Sosial Sebagai Alat Promosi Digital. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 6(1), 45–52.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412–426.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing*. 7th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Ernawati, R. (2021). Peran Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 11–21.
- Febriansyah, R., Anshori, M., & Nurcahyo, H. (2021). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran*, 7(2), 121–130.
- Fitriani, L., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness pada Produk Minuman Kopi Kenangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 45–53.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh social media marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 10–17.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kustiawan, U., Setiawan, D., & Rachmawati, A. (2022). Pemanfaatan Instagram dalam Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Digital Marketing*, 3(1), 55–63.

- Maszudi, M. (2023). Efektivitas Influencer Marketing pada Generasi Milenial. *Jurnal Strategi Pemasaran Digital*, 2(1), 65–75.
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2020). *Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46.
- Omani, L. (2023). The Rise of Influencer Marketing in Indonesia. *Journal of Digital Trends and Behavior*, 5(2), 77–89.
- Omani, R. (2023). *Influencer marketing dan perilaku konsumen*. Bandung: Pustaka Cendekia.
- Reynaldi Rizal Giovani, & Sugeng Purwanto. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 10–17.
- Robhittur, R. A., & Andarini, S. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap brand awareness sepatu Compass. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(10), 77–85.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2021). *Advertising and Promotion Management*. New York: McGraw-Hill Education.
- Sari, D., Hamidah, N., & Prasetya, A. (2021). Brand Awareness sebagai Komponen Utama Brand Equity. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 66–74.
- Sari, R., Putri, A., & Nugroho, B. (2021). Brand equity dan peran brand awareness. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 6(2), 45–57.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taan, M. D., Rusmita, I., & Lestari, S. D. (2021). Social Media Marketing dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 58–66.
- Taan, R., Hidayat, A., & Putra, I. (2021). Indikator social media marketing dan pengaruhnya pada engagement konsumen. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 3(1), 25–37.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Vutri, S. A. (2022). Strategi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 3(1), 21–30.
- Walangitan, A., Pangemanan, S., & Roring, F. (2022). Peran Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 87–95.