

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelaar, T., Chang, S., Lancendorfer, K. M., Lee, B., & Morimoto, M. (2003). Effects of Media Formats on Emotions and impulse buying intent. *Journal of Information Technology*, 18(4), 247–266.
- Agatha, Nadia. (2020). *Social Media Marketing* untuk Menumbuhkan Bisnis Anda. (Online). Tersedia: <https://www.hostinger.co.id/tutorial/social-media-marketing/>. [05 Desember 2020].
- Ainiyah, A., & Fahma, F. (2020). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan menggunakan EPIC Model terhadap Peningkatan *Brand Awareness* pada Produk Indihome Study. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020*, 04-10.
- Andiyaksa, M., & Khasanah, I. (2017). Pengaruh Pesan Iklan, Kreativitas Iklan, Kredibilitas Celebrity Endorser dan Media Komunikasi terhadap Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* Produk Sampo Lifebuoy. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 134-144.
- Appel, G., Grewal, Lauren., Hadi, Rhonda., & Stephen, Andrew. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-75, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Aries, M., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make Up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 36-44.
- Arifin, Samsul. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astutik, Y. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Wardah Kosmetik Di Surabaya Dengan Mediasi Sikap Merek*. Disertasi doktral pada STIE Perbanas Surabaya.
- Azaria, P. A. (2014). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth Dan Efektivitas Iklan Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Follower Akun Twitter Pocari Sweat di Jejaring Sosial Twitter). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1).

- Bilgin, Y. (2020). The Influence of Social Media Friendship on Brand Awareness and Purchase Intention: Evidence from young adult consumers. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, (8).
- Blech, George E., dan Blech, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective* (11<sup>th</sup> Edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Boonsiritomachai, W., & Sud-On, P. (2020). Increasing Purchase Intention and Word-Of-Mouth through Hotel Brand Awareness. *Tourism and hospitality management*, 26(2), 265-289
- BPS. (2020). Hasil Sensus Penduduk 2020.
- Dahmiri, D. (2020). Pengaruh sosial media marketing dan brand equity terhadap minat beli. *KINERJA*, 17(2), 194-201.
- Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. (2020). Dimensi Social Media Marketing dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk UMKM di Wilayah Boyolali dengan Kemampuan Inovasi sebagai Variabel Mediasi. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 5(1), 36-44.
- Diansyah, D., & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal Of Business Studies*, 2(1), 84-98.
- Febrianto, Y., & Sitinjak, T. J. (2017). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen untuk Menggunakan Jasa Maskapai Penerbangan Air Asia. *Business Management Journal*, 13(1).
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(2), 64-71.
- Fitriani, Feni Freycinetia. (2020). *Kumpulan 'Meme' Kocak Netizen Twitter Soal Gangguan Internet Indihome*. (Online). Tersedia: [https://teknologi.bisnis.com/read/20200813/101/1278738/kumpulan-meme-kocak-netizen-twitter-soal-gangguan-internet-indihome?utm\\_source=Desktop&utm\\_medium=Artikel&utm\\_campaign=BacaJuga\\_1](https://teknologi.bisnis.com/read/20200813/101/1278738/kumpulan-meme-kocak-netizen-twitter-soal-gangguan-internet-indihome?utm_source=Desktop&utm_medium=Artikel&utm_campaign=BacaJuga_1). [01 November 2020].

- Gati, R. B. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Le Minerale Di Kabupaten Enrekang.
- Gunarto, P. W., & Ramdan, A. M. (2020). Peran Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Brand Commitment. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1).
- Hair., Joseph F., Black., William C., Babin., Barry J., dan Anderson, Rolph E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8<sup>th</sup> ed). United Kingdom: Annabel Ainscow.
- Hatta, H., & Khairunnisa, S. (2020). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Pelanggan Bukalapak. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(1), 1-5.
- Hamdani, N. A., Abdul, G., & Maulani, F. (2018). The influence of E-WOM on purchase intentions in local culinary business sector. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.29), 246-250.
- Hasyim, M. A., Fauzi, A., & Fanani, D. (2017). Pengaruh Citra Merek terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 148-156.
- Herdaningtyas, G., & Iriani, F. (2017, June). Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas dalam Iklan terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening. In *Seminar Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS)*, 1(1).
- Herlina, H., & Diputra, T. T. (2018). Implementasi Rumus Sobel Pada Web Dengan Topik Regresi Linier Menggunakan Variabel Intervening. *Jurnal Algoritma, Logika dan Komputasi*, 1(1).
- Indah, K., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 113-122.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.

- IndiHome. (2016). *Apa itu Poin myIndiHome, Merchant, dan Kupon?*. (Online). Tersedia: <https://indihome.co.id/loyalty/poin>. [16 November 2020].
- Indra, C. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program Kpr Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 1-9.
- Indrawati, Ph.D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawan, Rully., & Yaniawati, Poppy. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Jatmiko, Leo Dwi. (2021). *IndiHome Bisa Makin Agresif Gaet Pelanggan, Ini Alasannya*.(Online). Tersedia: <https://teknologi.bisnis.com/read/20210119/101/1344988/indihome-bisa-makin-agresif-gaet-pelanggan-ini-alasannya>. [15 April 2021].
- Jatmiko, Leo Dwi. (2021). *Kebiasaan WFH, Pelanggan Biznet Tumbuh 30 Persen pada 2020*. (Online). Tersedia: [https://teknologi.bisnis.com/read/20210119/101/1345067/kebiasaan-wfh-pelanggan-biznet-tumbuh-30-persen-pada-2020?utm\\_source=Line%20Today&utm\\_medium=Artikel&utm\\_campaign=Content%20Aggregator](https://teknologi.bisnis.com/read/20210119/101/1345067/kebiasaan-wfh-pelanggan-biznet-tumbuh-30-persen-pada-2020?utm_source=Line%20Today&utm_medium=Artikel&utm_campaign=Content%20Aggregator). [15 April 2021].
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2), 110-121.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016) *Marketing Management: 15<sup>th</sup> Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 235-242.

- Lampengan, P., Massie, J. D., & Roring, F. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Lee, E. B., Lee, S. G., & Yang, C. G. (2017). The Influences of Advertisement Attitude and Brand Attitude on Purchase Intention of Smartphone Advertising. *Industrial Management & Data Systems*, 117(6), 1011-1036.
- Le, T. D., Dobele, A. R., & Robinson, L. J. (2018). WOM Source Characteristics and Message Quality: The Receiver Perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 36(4), 440-454.
- Maulani, L. S., & Sanawiri, B. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Purchase Decision (Survei Online Pada Followers Aktif Instagram Dan Facebook Vauza Tamma Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 148-156.
- Maria, S., Pusriadi, T., Hakim, Y. P., & Darma, D. C. (2019). The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(2), 107-122.
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2019). How smartphone advertising influences consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, 94, 378-387.
- Marluthy, A., & Halilah, I. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Penyedia Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(1), 33-47.
- Mothersbaugh, David.L., Hawkins, Dei I., & Kleiser, Susan Bardi. (2019). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill.
- Mulyawan, R. *Pengaruh Harga, Electronic Word of Mouth Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*. Disertasi doktoral pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Nurfatimah, E., Saputra, W. T., & Wahyuningratna, R. N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 120-129.

- Orinaldi, M. (2021). Dampak Iklan Shopee Versi Shopee 12.12 Birthday Sale di Laman Youtube pada Minat Beli Masyarakat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 226-239.
- Pardede., & Marunrung, Renhard. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pettarani, L. Z., Haming, M., & Ella, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom IndiHome Makassar*. 2(4), 150–161.
- Poernamawati, D. E. (2019). Analisis Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(2), 127-137.
- Pratama, D., Dra, /, & Fitriyah, M. A. (2020). Persepsi Pemilih Muda Kader Hmi Universitas Diponegoro Terhadap Kampanye Negatif Gerakan (Tagar) #2019gantipresiden di Media Sosial. In *Journal of Politic and Government Studies*, 9(4).
- Pramana, B. W. R. (2020). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Batik Keris*. Disertasi Doktoral pada STIE Perbanas Surabaya .
- Pratomo, Yudha. (2020). *First Media Catat Kenaikan Jumlah Pelanggan Terbesar Saat WFH*. (Online). Tersedia: <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/07/12211717/first-media-catat-kenaikan-jumlah-pelanggan-terbesar-saat-wfh>. [09 Maret 2021].
- PT. Telkom Indonesia. (2019). *Laporan Tahunan 2019: Committed Sustainable Growth and Better Profitability in Capturing Digital Opportunities*.
- Putra, A. P. (2017). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Nintendo Switch di Surabaya*. Disertasi doktoral pada STIE Perbanas Surabaya.
- Putra, I. D. P. G. W., & Aristana, M. D. W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1035-1044.

- Putra, N., & Widayatmoko, W. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan Billboard Lazada Versi Terbalik dan Promosi Word of Mouth Terhadap Tingkat Kesadaran Merek Lazada. *Prologia*, 2(2), 450-457.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Poturak, M., & Softic, S. (2019). Influence of social media content on consumer purchase intention: Mediation effect of brand equity. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 12(23), 17-43.
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(21). 17-27
- Qolbi, Nur. (2020). *Kembangkan Internet dan TV MyRepublic, Anak Usaha DSSA Tambah Modal Rp970,02M.* (Online). Tersedia: <https://investasi.kontan.co.id/news/kembangkan-internet-dan-tv-kabel-myrepublic-anak-usaha-dssa-tambah-modal-rp-97002-m>. [09 Maret 2021].
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82-85.
- Raharjo, S. T. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi pada Lazada. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-6.
- Rakhma, D. A. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Media (Studi pada Konsmetik Emina di Purworejo). *VOLATILITAS*, 1(6).
- RedaksiJD. (2020). *Masa Pandemi Covid, Permintaan Pasang Baru IndiHome Naik 75 Persen.* (Online). Tersedia: <https://jatengdaily.com/2020/masa-pandemi-covid-permintaan-pasang-baru-indihome-naik-75-persen/>. [25 Februari 2021].
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).

- Riduwan dan Kuncoro. (2017). *Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur) Lengkap dengan Contoh Tesis dan Perhitungan SPSS 17.0*. Bandung: Alfabeta.
- Riorini, S. V. (2018). Social media marketing toward perceptual consciousness and its impact on online purchasing intention. *European Research Studies Journal*, 21(1).
- Rusli, C. A., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Dimediasi oleh Kepercayaan. In *Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019* (pp. 149-158).
- Safira, P. N. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Baru dalam Usaha Kuliner Halaman all - Kompasiana.com*. (Online). Tersedia: <https://www.kompasiana.com/putrynadiasafira3957/5b4df89f6ddcae2eb669c112/media-sosial-sebagai-media-promosi-baru-dalam-usaha-kuliner?page=all>. [26 Oktober 2020].
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28-36.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Satriyo, B. (2020). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Review Content dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Pengguna Nyayur di Kota Salatiga)*. Disertasi doktoral pada IAIN SALATIGA.
- Schiffman, Leon., & Wisenblit, Joe. (2019). *Consumer Behaviour*. New York: Pearson.
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001-015.



- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- Setyaningsih, E. D. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank Bni. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- Sharifpour, Y., Khan, M. N. A. A., Alizadeh, M., Akhgarzadeh, M. R., & Mahmodi, E. (2016). The influence of electronic word-of-mouth on consumers' purchase intentions and brand awareness in Iranian telecommunication industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(3), 133-141.
- Shimp, Terrence A. (2007). *Advertising, Promotoion, And Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (7<sup>th</sup> Edition). United States of America: Thomson South-Western.
- Sijabat, B. (2021). Analisis Keputusan Membeli Berbasis Brand Awareness sebagai Impak Google Ads dan Facebook Ads (Kajian Pelanggan Lazada). *Syntax Idea*, 3(3), 444-464.
- Siswanto, T., Asriyal, A., & Budiasih, Y. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Restoran melalui Media Sosial Daring (Online)(Studi Pada Masyarakat Di Tangerang Selatan). *Liquidity*, 8(1), 71-80.
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus: Merek Nokia. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 841-850).
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *Serat Acitya*, 7(1), 12.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019) . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Suwarduki, P., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(2), 1-10.
- Stockman, S., Van Hoyer, G., & da Motta Veiga, S. (2020). Negative word-of-mouth and applicant attraction: The role of employer brand equity. *Journal of Vocational Behavior*, 118, 103368. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103368>.
- Tuten, Tracy L., & Solomon, Michael R. (2018). *Social Media Marketing*. United Kingdom: SAGE.
- Usman, Syakur. (2020). *20 Tahun Biznet: Layanan Internet di 110 Kota dan Kabel FO 45 Ribu KM*. (Online). Tersedia: <https://www.merdeka.com/teknologi/20-tahun-biznet-layanan-internet-di-110-kota-dan-kabel-fo-45-ribukm.html>. [09 Maret 2021].
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31-43.
- We Are Social, & Hootsuite. (2020). Indonesia Digital Report 2020. *Global Digital Insights*, 247.
- We Are Social. (2021). Indonesia Digital Report 2021. *Global Digital Insights*, 45.
- Wicaksono, M., & Seminari, N. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 5098 – 5127.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal e-Komunikasi*, 5(1).
- Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 21-28.
- Zollo, L., Filieri, R., Rialti, R., & Yoon, S. (2020). Unpacking the Relationship between Social Media Marketing and Brand Equity: The Mediating Role of Consumers'

Benefits and Experience. *Journal of Business Research*, 117, 256–267. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.001>

Zulfikar, A. R., & Mikhriani, M. (2017). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Trust pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1(2), 279-294.