

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice (6th Ed)* . Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Octavianti, M. (2015). Menumbuhkan Kesadaran Merek Produk Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mengenai Optimalisasi Penggunaan “Twitter” Sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadaran Merek Maicih “Keriping Singkong Pedas Asli Kota Bandung”). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Haryono, R. (2018). Analisis Perbandingan Citra Merek dan Minat Beli Merek Jeans Mischief Denim . *Universitas Parahyangan*.
- Bengkulu, B. P. (2021). *Data Dan Informasi Pengguna Internet Provinsi Bengkulu 2020*. Bengkulu: Badan Pusat Statistik .
- Walid. (2018). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PLATBM1912 DI KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP*, 5(1), 1-10.
- Shafa Kinanti, A. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS LEMONILO MELALUI INSTAGRAM. *Universitas Telkom*.
- Shahid, Z., Hussain, T., & aZafar, D. (2017). he Impact of Brand Awareness on The consumers’ Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 34-38.
- Aaker, D. (2015). *Aaker On Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola Dan Mengembangkan Brand (edisi 1)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jayasuriya, N., & Azam, S. (2017). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: A Study of Fashion-Wear Retail in Sri Lanka. *IRMM*, 178-183.
- Febriyan, F., & Supriono. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia. *JAB* , 74-79.

- Nafisah, & Widyayanti, E. (2018). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). *Seminar Nasional & Call for paper*, 166-179.
- Ghealita, V., & Setyorini, R. (2015). Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek AQUA. *SCBTII*, 51-59.
- Tanjaya, E. (2017). Efektifitas media sosial instagram terhadap kesadaran merek dr.churros . *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 515-524.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghor, M., & Kazi, A. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights*, 5-10.
- Laksamana, P. (2018). Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking Industry . *International Review of Management and Marketing*, 13-17.
- Jamali, M., & Khan, R. (2018). The Impact of Consumer Interaction on Sosial Media on Brand Awareness and Purchase Intention: Case Study of SAMSUNG . *Journal of Marketing and Logistics*, 114-129.
- Sarstedt, M., hair , J., & Ringle, C. (2017, September). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Research gate*.
- Zhu, Y.-Q., & Chen, H.-G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business Horizons*, 335-345.
- Wijanto, S. (2008). *SEM dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.
- Ginting, D. (2009). Structural Equation Modelling . *Media Informatika*, 121-133.
- Sarstedt, M., Hair, J., & Ringle, C. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Springer International Publishing AG*, 2-34.
- Mulyaputri, V., & Sanaji. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap niat beli merek kopi kenangan di kota surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 91-101.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan Realibitas Suatu Instrumen Penelitian . *JURNAL TABULARASA PPS UNIMED*, 87-97.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Presiden Republik Indonesia. (2020). *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2020*. Jakarta: PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA.
- Darmawati, & Munjin, A. (2015). PENGARUH SUPERVISI KEPALA SEKOLAH TERHADAP KINERJA GURU DI SMP NEGERI 1 PARUNG KECAMATAN PARUNG KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Governansi*, 1(1), 13-21.
- Wibowo, P. (2021, Agustus 14). *Sejarah dan Evolusi Digital Marketing*. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/>
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 37-48.
- Jemadu, L., & Prastya, D. (2020, November 13). *Suara.com*. Retrieved from Ini Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2020 per Provinsi: <https://www.suara.com/tekno>
- Purnama, S. (2021, Januari 28). *Antara Bengkulu*. Retrieved from Pengguna internet di Bengkulu capai 45,32 persen: <https://Bengkulu.antaranews.com/>
- Pertiwi , W. (2019, Desember 23). *Kompas.com*. Retrieved from Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia: <https://tekno.kompas.com/>
- Social, H. a. (2020, Februari 18). *Digital 2020 Indonesia : MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS*. Retrieved from DIGITAL 2020: INDONESIA: <https://datareportal.com/>

Nasional, S. S. (2020). *bps.go.id*. Retrieved from Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019:
<https://www.bps.go.id>