

DAFTAR PUSTAKA

- Clark, T., Foster, L., Bryman, A., & Sloan, L. (2021). *Bryman's social research methods*. Oxford university press.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Fauzi, R., & Wibowo, S. (2020). Analisis Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-commerce Lazada (studi Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Irsandi, M. F., & Sulthon, M. Z. (2024). Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Bisnis dan Sebaran Informasi. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 262-273.
- Kholik, J. R. A., & Budianto, I. R. (2023). Literatur Review: Penerapan Strategi Pemasaran Digital dan Kolaborasi Influencer dalam Meningkatkan Kesadaran Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 422-429.
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Penulis Lainnya. (2020). Pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian (Studi kasus PT Yamaha, 2020). *eProceedings*, 6(2), 1198-1201.
- Masyitoh, I., Silaban, D., & Sulaeman, E. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Melalui Optimalisasi Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Pengenalan Merek, Produk, Dan Jasa Sanji Eatery. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(3), 63-81.
- Manik, A. J. B., & Wibowo, S. (2024). Analisis penjualan berdasarkan pengembangan konten media sosial: Studi UMK Atmosphere Beauty Kota Bukittinggi pada media Tiktokshop dan Shopee tahun 2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4281-4298. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.930>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Putri, R. B. A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(1), 21-29.
- Ramayanti, F. (2020). Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.

- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235.
- Wibawa, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2021). The influence of social media marketing activities on customer loyalty: A study of e-commerce industry. *Benchmarking: An International Journal*, 25(9), 3882-3905.