

Daftar Pustaka

- Ardiansyah. (n.d.). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam E-ISSN: 2987-1298*.
- Armayani, R. R. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 5 Nomor 3*.
- Chaffer, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing : Strategy, Implementation, and Practice (Seventh Edition)*. Harlowm England: New York Peardon.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2019). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing (Sixth Edition)*. Routledge.
- Dewi, G. A., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. (2022). *Strategi dan Penerapan Desain Konten Marketing di Instagram sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution (Vol. Volume 2 No.1)*.
- Fajriandria, W. S., & Djuwita, A. (2022). Analisis Strategi Digital Marketing Skin Game dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan Vol.10 No.3*.
- Frimansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.7 No.2*.
- Hariyanam, D. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Pembelian Produk Energi Terbarukan. *Jurnal Sosial dan Sains Volume 2 No. 5*.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital dalam Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol.9, No.1: 25-43*.
- Hutabarat, D. J. (2022). Perancangan Kampanye Interaktif untuk Edukasi Mengenai Bahaya Fear of Missiong Out pada Remaja Umur 15-21 Tahun di Jabodetabek. *Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara*.
- Ismail, S. W. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku, CV. Adi Karya Mandiri.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Marketing Management. In *Essentials od Management for Healthcare Professionals*.
- Kurniawan, R. (2021). . Penggunaan Internet yang Sehat dan Aman di Kalangan Masyarakat dan Pelajar. *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat; Volume 4 No.2, 15-21*.
- Macarthy, A. (2017). 500 Social Media Marketing Tips.

- Nursapiah, H. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Octania, G., & Wahid, U. (2019). Penerapan New Wave Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif pada Brand Kopi Sona). *Jurnal Perspektif Komunikasi*, Vol. 3 No.2.
- Permana, E. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness Produk Camille Beauty Melalui Platform Tiktok. . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis Vol 2 No 2*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common Volume 3 No.1*.
- Puspitasari, A. (2022). Good Corporate Governance Sebagai Pilar Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Merauke. *Musamus Accounting Journal*.
- Salsabila, A. L., & Rizqi, M. (2022). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Bibir Wardah Cosmetics Melalui Konten Instagram Reels Campus Ambassador Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Volume 1 No. 11*, 970-982.
- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital Marketing*. Pascal Books.
- Shafa, Febbi & Mustika Finanda Sachun. 2022. Implementasi Manajemen Pendidikan Islam Pasca Pandemi Covid-19 di Raudhatul Atfal. *Jurnal Perkembangan dan Pendidikan Anak Usia Dini* Volume 3 No. 2, 2022(55-63)
- Singh, M. (2020). Instagram Marketing– The Ultimate Marketing Strategy. *International Journal of Advance and Innovative Research*.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0. *Jurnal IPTEK-KOM*, 175-191.
- Sulaeman, D. (2021). Pelatihan Trik Pemasaran Dengan Meningkatkan Pendapatan Melalui Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.1 No.2*.
- Triani, A., & Dewi, L. D. (2023). Strategi Marketing Communication Secara sebagai Brand Lokal dalam Membangun Brand Awaranness. *Jurnal Representamen Vol 9 No. 2*.
- Ulum, M. (2023). Mengoptimalkan Penjualan Dengan Memanfaatkan Pemasaran Digital Yang Efektif Pada Cv.Ageng Store. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Vinka, A. M., & Michel, N. (2021). Pengaruh Teknologi Internet Terhadap Pengetahuan Masyarakat Jakarta Seputar Informasi Vaksinasi Covid-19. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- We Are Social & Hootsuite. (2019). *Global Internet Use Accelerates*.

- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 18 No.01*.
- Yuniar, M. D. (2020). Aplikasi Instagram sebagai Sarana Promosi Bisnis Online: Sebuah Studi pada Akun Warung Mamak. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Vol. 02 No. 03*.
- Nina Halimatu Salamah, Diana Triwardhani, Heni Nastiti. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup." *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi) 2*: 249–69. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>.
- Romadloni, M. Idham. 2017. "Brand Exposure Terhadap Brand Recall, Brand Attitude, Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intension Produk Adidas (Studi Pada Fans Dan Non-Fans Klub Sepak Bola Manchester United)." Universitas Airlangga Surabaya.
- Sari, Syahriah. 2021. "Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap." 1(1): 37–48.
- Zukhrufani, Alfitri, and Muhammad Zakiy. 2019. "The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business) 5(2)*: 168.
- Asih, I. D. (2005). FENOMENOLOGI HUSSERL: SEBUAH CARA KEMBALI KE FENOMENA. *Jurnal Keperawatan Indonesia, 9(2)*.

More Citation Formats