

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdatillah, Afifah. 2022. Peran Promosi Online Shop Instagram Dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare Di kdkoreanmask Kediri. Kediri: Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Kediri.
- Agusta, Yohanes Willy. "Pengenalan Dasar Facebook Audience" (<https://revou.co/panduan-teknis/pengenalan-dasar-facebook-audience>) Diakses pada 7 Agustus 2023 pukul 21.32)
- Agustianti, Rifka, dkk. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Makassar: CV. Tohar Media.
- Ahmad, Imam. 2022. Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation), (Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Aini, Izyan Alif. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Adipati Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Brand Awareness di Kota Kediri. Kediri: Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Kediri.
- Ardiansyah, Fajar & Endi Sarwoko. 2020. How *Social Media Marketing* Influences Consumers' Purchase Decision? A Mediation Analysis of *Brand Awareness*, JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen, Vol. 17, No. 2.
- Ariwindi, Aank. 2012. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Steak. Yogyakarta: UNY.
- Sari, Diana. 2021. Dasar Pemasaran Syariah. Bandung: KNEKS.
- el-Qurtuby, Usman. 2023. Al-Quran Tajwid Praktis Perkata Latin, (Bandung: Cordoba.
- Fauzi, Vini Putri. 2016. Pemanfaatan *Instagram* Sebagai *Social Media Marketing* Er-Corner Boutique Dalam Membangun *Brand Awareness* Di Kota Pekanbaru, JOM FISIP, Vol. 3 No. 1.
- Galeri Iklan Meta. <https://web.facebook.com/ads/library/> diakses pada 13 Juli 2023 pukul 10.11).
- Gunelius, Susan. 2011. 30-Minute *Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hasniaty. 2023. Social Media Marketing. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hasnumidah, Neni. 2017. Metodologi Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Media Akademi.

- Imaningsih, Erna S. & Yuli Vega. 2020. Toward Brand Equity: The Effect of *Brand Awareness*, Perceived Quality, Brand Association, and Brand Loyalty in Boutique Bakery Company, *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 67.
- Insalamina. “*Pengenalan Dasar Facebook Ads*”, (<https://revou.co/panduan-teknis/pengenalan-dasar-facebook-ads>), Diakses pada 5 Mei 2023 pukul 12.50)
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management*. United States of America: Pearson.
- Kemp, Simon (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-ongoing-evolution-of-search-behaviours>, diakses pada 5 April 2023, pukul 22.57).
- Kingsnorth, Simon. 2022. *The Digital Marketing Handbook*. London: Kogan Page.
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management*. United States of America: Pearson.
- Lumatihunisa, Norita, dkk. 2021. *Generasi Cerdas dan Bijak Bermedia Sosial*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Maryolein, Shintadevy, dkk. 2019. *Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium, Avant Garde*, Vol. 07 No. 01.
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Norhidayati. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Osaka Desu, (<https://osakadesu.com/>, diakses 16 Juli 2023, pukul 22.32)
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan – Instagram*, (Yogyakarta: Deepublish).
- Prameswari, Diaz. 2018. *Daya Tarik Influencer Dalam Mempromosikan Bisnis Online Shop di Instagram (Studi Deskriptif Influencer @Aljanyh dalam mempromosikan Bisnis Online Shop di Instagram)*. Bandung: Unikom.
- Rakib, Muhammad, dkk. 2022. *Strategi Pemasaran Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Ramadani, Nida Fadhilah. 2022. Peran Penggunaan Aplikasi Grab dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri). Kediri: Institut Agama Negeri Islam (IAIN) Kediri.
- Rukajat, Ajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Sherly, dkk. 2022. Manajemen Merek. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sholihin, Riadhus. 2019. Digital marketing di era 4.0. Yogyakarta: Quadrant.
- Sihombing, Nikous Soter, dkk. 2022. Pemasaran Digital. Banyumas: Pena Persada.
- Simbolon, Freddy Pandapotan, dkk. 2022. The Influence of Using *Instagram* as a Promotional Media in Building *Brand Awareness* and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee, *Binus Business Review*, Vol. 13, No. 1.
- Sintesa, Nika, dkk. 2022. Pengantar Kewirausahaan. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Siyoto, Sandu. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subadi, Tjipto. 2006. Penelitian Kualitatif. Surakarta: UMS Press.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Graciella dkk. 2023. Pemanfaatan Algoritma Tiktok dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 9, No. 22.
- Walid. 2018. Penggunaan *Instagram* Sebagai *Social Media Marketing* dalam Membangun *Brand Awareness* PLATBM1912 di Kota Pekanbaru, *Jurnal JOM Fisip*, Vol. 5 No. 1.
- Wikipedia. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 1 Mei 2023 pukul 20.25)
- Yumna, Salma dkk. 2023. Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Marketing Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Toko Lyradyba Di Kota Banda Aceh, *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, Vol. 6 No. 1.

Zulfikrie, Arie Mukhamad Akbar & Ike Junita Triwardhani. 2023. Peran *Instagram* dalam Membangun *Brand Awareness* Produk Minuman Lokal, Jurnal Komunikasi Manajemen, Vol. 3, No.1.