

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). Tingkatan Pada *Brand Awareness*. 91.
- Aji, K. B. (2021). Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood Di Kecamatan Kebon Jeruk. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.32924/jscd.v3i2.44>
- Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1208>
- Anggriani, Y. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Ms Glow Di Kota Bima. 1(2), 71–81.
- Aryani, M. (2021). Analisis *Digital Marketing* Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing* (Sixth Edit).
- Chandra Elbahar, Syahputra, S.Sos., M.Sc., M.B.A, P. . (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. 8(2), 1244–1251.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. 1(2), 59–69.
- Chloe & Dhamrik. (2018). Manfaat *Digital Marketing*.
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2017). Manajemen Pemasaran.
- Duriyanto, D. (2017). *Brand Awareness*. 54.
- Esty Naruliza, R. S. (2019). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Tjybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66. <http://www.tjybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares.
- Hasiholan, L. B., & Amboningtyas, D. (2021). Model Pemasaran *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 45–48. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.13142>
- Irwan, & Adam, K. (2020). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya.

Teknosains, 9(1), 53–68.

Kelurahan, D. I., Sari, M., Sawit, D., & Aditya, S. (2017). PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* BAGI USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH (UMKM). 1(1), 1–17.

Kotler&Keller. (2016). Brand.

Kumontoy, M., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2023). Pengaruh *Brand Awareness*, Brand Characteristic Dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Ms Glow Pusat Tondano. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 568–579. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46023>

Kurniati, K. (2020). Pengaruh pengawasan dan kepuasan kerja terhadap disiplin kerja karyawan bagian produksi pada pt.sari lembah subur. *Skripsi*, 1–131.

Kusumaningtyas, J., Mudayat, Kalangi, M. H. E., Prastyorini, J., & Fail, M. (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo. *YEJ (Yos Soedarso Economics Journal)*, 5(3). <https://ejournal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server>

Nuraini. (2019). Keputusan Pembelian.

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Oktaviani, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Tokopedia. *EXPOSE - Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27–48.

Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). *Digital Marketing*, e-WOM, *Brand Awareness* Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>

Pramuswari, I., Kristiawati, I., Prastyorini, J., & Mudayat. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Pengalaman Belanja Produk Fashion Tiktokshop. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–10.

Prastyorini, J., Widyawati, N., & Jannata, S. M. (2022). Analisis Harga Dan Kepercayaan Mereka Terhadap Keputusan Pembelian Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pada PT . Perkebunan Nusantara XI. *Jurnal Kompetensi Social Science*, 01(01), 34–44. http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/350/19/JURNAL_SHAKILA_MAYA_JANNATA-18110044_new.pdf

- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Richter, L. E., Carlos, A., & Beber, D. M. (2021). Metodologi Penelitian.
- Royan. (2020). Penerapan *Digital Marketing*.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. SINAR SOSRO MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print), 16(02), 108–122.*
- Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pt. Samudranesia Tour and Travel Pekanbaru). *E-Jurnal Profit*, 1–14(1), 1–6.
- Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>
- Sriwendiah, S. & Ningsih, W. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*, 10(1), 28–38.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Syahputra Ramadhan, R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Meninap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 1–9.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- University, B. (n.d.). MEMAHAMI INNER MODEL (MODEL STRUKTURAL) DALAM SMART PLS. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/>
- Wardhana, A. (n.d.). Brand Image dan *Brand Awareness*. <https://www.scribd.com/document/625904459/Brand-Image-dan-Brand-Awareness>
- Widyawati, N., Dina, M. P., & Prasetyorini, J. (2020). Analisis Biaya Produksi Dan

Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di Perusahaan Manufaktur. E-
Jurnal SPIRIT PRO PATRIA, 6(1), 25–35.