

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Malik, I., Retnaningsih, R., & Watazawwadu'ilmi, S. (2025). *Strategi social media marketing Instagram dalam peningkatan brand awareness “Dua Transisi” pada kalangan Gen Z* [Skripsi sarjana, Institut Pertanian Bogor]. IPB Repository. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/165314>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Berlianisa, R. Y. (2024). *Analisis strategi komunikasi pemasaran digital melalui Instagram untuk meningkatkan brand awareness UMKM Muslimah DIY: Studi kasus pada Asya Collection souvenir and craft dan Terban Craft/Kelom Batik Jogja* [Skripsi sarjana, Universitas Islam Indonesia].
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan mixed methods approaches* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi *digital marketing* melalui social media sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada pelaku usaha pemula (Studi kasus: Toko online Sadrathrifting). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1), 1–20. <https://doi.org/10.31955/jimea.v8i1.1234>

- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Dwiarta, I. M. B. (2025). Peran media sosial sebagai strategi *digital marketing* dalam mengubah perilaku konsumen. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 2(2), 17–30. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i2.500>
- Hermawan, A. (2014). *Brand awareness*. Kitapunya. <https://kitapunya.net/kesadaran-merek/>
- Littlemore, J. (2003). The communicative effectiveness of different types of communication strategies. *System*, 31(3), 331–347. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(03\)00046-0](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(03)00046-0)
- Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Mawardi, M. K., Fanani, D., Supriono, S., & Rifky, M. (2022). *Strategi pemasaran UMKM: Membangun brand awareness UMKM kuliner melalui digital marketing*. Deepublish.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Mustakim, N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada produk Perumda Dharma

- Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.38114/jbaee.v6i1.456>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi *digital marketing* dalam membangun *brand awareness*. *Profesi Humas*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15678>
- Qorib, F., Rinata, A. R., & Fianto, L. (2021). Analisis customer engagement pada akun Instagram @Oksigen_Cafe menggunakan the circular model of some. *Avant Garde*, 9(2), 183–19
- Robert Jackson, Georg Sørensen, & Jørgen Møller. (2013). *Pengantar studi hubungan internasional: Teori dan pendekatan* (Edisi ke-5). Pustaka Pelajar.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tahalele, M. C. (2025). Hubungan *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z pada platform e-commerce Indonesia. *Jurnal Administrasi Terapan*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.31959/jat.v4i1.3377>

Tempo.co. (2023). *13 tahun lalu Instagram resmi didirikan, dibeli Facebook USD1 miliar tunai.*

<https://www.tempo.co/digital/13-tahun-lalu-instagram-resmi-dirilis-dibeli-facebook-usd1-miliar-tunai-135625>

Wati, L., Martha, S., & Indrawati. (2020). *Digital marketing.*

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Introducing communication theory: Analysis and application* (4th ed.). McGraw-Hill.