

Daftar Pustaka

- Aaker, D.A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives*. First Edition. United Kingdom: Wiley.
- Afifah, Diana & Sumarah, (2021) Noorshanti Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Sanggar Batik Tulis Mbah Guru Desa Jugo Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan. [Jurnal]. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Afriska, Adhes, (2017) Pengaruh Minat dan Motivasi Siswa Terhadap Keputusan Memilih Program Lintas Minat Ekonomi SMA N 1 Binangun Kabupaten Cilacap (Studi Pada Kelas X Tahun Ajaran 2014/2015) [Skripsi]. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ahmad, Mardalis & Ana, Hastuti, (2017) Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Merek, [Jurnal]. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.
- Arifianti, Nuraini, (2018) Pengaruh Media Sosial dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sarang Madu Murni dan Pengelolaan Media Sosial di Sarang Madu Murni. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. Arikunto, S. Yuliana, L. 2008. *Manajemen Pendidikan*.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. Cangara, Hafied. 2002.
- Bajpai, V., Pandey, S., & Shriwas, S. (2012). *Social Media Marketing: Strategies & Its Impact*. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*. 1(7).
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2006.

- Cahyani, Khoiriyah Indra dan Endang Sutrasmawati. 2016. Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. Management Analysis Journal. ISSN:2252-6552.
- Carr, Caleb T. and Hayes, Rebecca A. 2015. Social Media: Defining, Developing, and Divining, Atlantic Journal of Communication. Ekasari, Novita. 2014
- Clow, Kenneth E and Donald Baack. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. United Kingdom: Pearson
- Dewa Putu Gede Wiyata Putra, I & Dona Wahyu Aristana, Made. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap *Brand Awareness* dan *Purchase Intention* (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar) [Jurnal]. STMIK STIKOM Indonesia, Bali.
- Farih, Ahmad & Jauhari, Ahmad. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. [Jurnal]. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri. Kediri.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gita, Permatasari, (2016) Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian “Yoghurt Cimory” [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hanika, (2020) Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Perbankan Syariah IAIN Parepare (STUDI ALUMNI SMK) [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Parepare
- Hermawan, A. (2014). Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa. Bandung: Nuansa Cendekia

- Hilman, Muhammad & Falahi, Adrial (2019) Pengaruh Pemasaran Dengan E-Commerce Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi. [Jurnal]. Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Medan.
- Husnawati. 2017. Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. Skripsi (Tidak diterbitkan). Makasar: Universitas Islam Negri Alauddin Makassar.
- Iman, Kristiawan, (2015) Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional, [Jurnal]. Universitas Brawijaya. Malang.
- Kertajaya, Hermawan. (2006). Hermawan Kertajaya on Marketing. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong, Yudhi. 2008, “Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, Juni
- Kotler, dan Amstrong, Setyo. 2012, “Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux”, Jurnal Riset Sains Indonesia. Vol. 3, No.1.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks. Kotler dan Gary Amstrong. (2016).
- Krisnawati, Devi, (2016) Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung), [Jurnal]. Universitas Krisnadwipayana. Bekasi.

- Kurniasari, Meatry & Budiarmo, Agung, (2018) Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang. [Jurnal]. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Laksana, Muhammad Fajar (2019), Praktis Memahami Manajemen Pemasaran, Depok: Khalifah Mediatama.
- Mardalis, Ahmad & Putri, Ana, (2017) Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Merk. [Jurnal]. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurmalasari, Neneng & Masitoh, Imas, (2020) Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. [Jurnal]. Universitas Galuh Ciamis. Ciamis.
- Puspitasari, Anggraini & Patrikha, Finisica (2018) Analisis Faktor-Faktor Yang Salafudin, Muhison, (2019) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Putra, Mahardika, (2018) Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Studi Kasus pada Online Shop @siramah_jogja [Skripsi]. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- R. Indika, Deru & Jovita, Cindy, (2017) Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Dalam Pemasaran Kampus. [Jurnal]. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus-Integrated. Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Retnoningrum, (2020) Peran Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over [Jurnal]. Universitas Surakarta. Solo.
- Ricky W Griffin, 2004, "Manajemen", Jakarta, Erlangga.
- Rifqi, Achmad (2010). Analisa Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Brand Attitude* Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Diponegoro) [Skripsi]. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. (2009). Creative Digital. Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Shimp, Terence A. 2003.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition. England: Pearson Education Limited
- Semuel, Hatane dan Setiawan, Kelvin Yohanes. (2018). Promosi Melalui Sosial Media, *Brand Awareness, Purchase Intention* pada Produk Sepatu Olahraga [Jurnal]. ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X.
- Shahid, Zarlish & Hussain, Tehmeena, (2017) *The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention* [Jurnal]. *National College of Business Administration and Economics*. Pakistan.
- Siahaan, Herlina Debby & Yuliati, Ai Lili. (2016). Pengaruh Tingkat *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). ISSN: 2355-9357. eProceeding of Management: Vol.3, No.1. Pp. 497-505.
- Soewandi, Melinda. (2015). The Impact of Social Media Communication Forms on *Brand Equity Dimensions and Consumer Purchase Intention*. [Jurnal]. International Business Management Program, Petra Christian University. Surabaya.

- Staniewski, Marcin & Awruk, Katarzyna. (2022). *The influence of Instagram on mental well-being and purchasing decisions in a pandemic*. [Jurnal]. University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland.
- Suciati, Lissa, (2019) Pengaruh Social Media Marketing Terhadap *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Purchase Decision* (Survei Online pada Followers Aktif Instagram dan Facebook Vauza Tamma Hijab) [Skripsi] Universitas Brawijaya. Malang
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2002). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV Alfabeta.
- Mulyadi. 2001. Sistem Akuntansi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Trian, Ronny & Hasri, Dianta, (2021) Analisa Penggunaan Media Sosial Instagram. [Jurnal]. Universitas Katolik Parahyangan. Bandung.
- Zanjabila dan Hidayat, (2017) Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park, [Jurnal]. Universitas Telkom. Bandung.

Internet

<http://dapodik.semarangkota.go.id/pesdik>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritaspengguna-media-sosial-di-indonesia#>

<https://jateng.bps.go.id/stactable/2020/06/15/1803/jumlah-perguruan-tinggi1-mahasiswa2-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-riiset-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-ebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2018-dan-2019.html>

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/asset/data/publikasi/Statistik%20Pendidikan%20Tinggi%202020.pdf>

<https://unkartur.ac.id/sejarah-berdirinya-unkartur/>

https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/cmdTdG5vU0IwKzBFR20rQnpuZEYzd09/da_04/3

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>