

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. H., & Helmiawan, M. A. (2018). Penerapan Strategi Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dealer Mobil Toyota, Daihatsu dan Honda Bandung. *Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK*, 12(2), 115–124. <https://doi.org/10.33481/infomans.v12i2.159>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design Pendekatan Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (P. P. Pelajar (ed.); 4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Endaryati, E., & Subroto, V. K. (2021). Social Media Audit , A New Scope For Auditing. *Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 59–63.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Mertayasa, I. G. A., & Nugraha, A. R. (2024). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0 : Sebuah Literature Review*. 08(02), 1–10.
- Irawan, F. Y., Yohannes, Y., & Utami, D. (2022). Fungsi Media Sosial Facebook Dalam Pengelolaan Umpan Balik Pelanggan Oleh PT PLN Wilayah Pemangkat. *Ilmu Komunikasi*, 5(2), 751–763.
- J. Craig Andrews and Terence A. Shimp. (2018). Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Communications Marketing. In *Cengage Learning* (10th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). Principles of Marketing Eighth Europe an Edition. In P. E. Ltd (Ed.), *Pearson education ltd* (8th ed., Issue 17th Edition). www.pearson.com/uk
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. p-ISSN 2549-7332 %7C e-ISSN 2614-1167%0D
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2014). Qualitative data analysis: a methods sourcebook. In *SAGE Publications, Inc* (3rd ed., Vol. 3, Issue 1). SAGE Publication.
- Meranti, D. I. K., & Mutjia, R. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. *Zitteliana*, 19(8), 159–170.
- Nguyen, L. (2020). Big Idea of an Integrated Marketing Communication Campaign Case study: Edunation’s “Pathway” Product in Vietnam. In *LAB University Of Applied Sciences*.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty C’BEZT Fried Chicken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan

- Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pub. L. No. 50 (2020). <https://peraturan.go.id/files/bn498-2020.pdf>
- Quesenberry, K. (2019). *Social media strategy : marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution* (S. Elizabeth (ed.); 2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Rahardjo, M. (2018). Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian. *Metode Pembelajaran*, 1. repository.uin-malang.ac.id/2410
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 395–406.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pub. L. No. 8 (1999). <https://peraturan.go.id/files/uu8-1999.pdf>
- Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 129–139.

