

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Dan David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Adiyono, Niko Garuda, Tantri Yanuar Rahmat, Dan Rina Anindita. 2021. "Digital Marketing Strategies To Increase Online Business Sales Through Social Media." *Journal Of Humanities, Social Science, Public Administration And Management (Husocpument)* 1(2):31–37. Doi: 10.51715/Husocpument.V1i2.58.
- Ahofi, Afifah, Dewi Octaviani, Tony Kusumah, Dan Fauzi Ahmad. 2022. "Penerapan Strategi Digital Marketing Mode Aida Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama Cakrawala, Rawa Lumbu Kota Bekasi." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2(2):39–46.
- Alamsyah, Abd R., Dan Golan Hasan. 2022. "Penerapan Strategi Digital Marketing Dan Promotion Mix Pada Umkm Berry Catszone Batam." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi* 1(4):39–46.
- Anggraeni, Riska, Dan Isma Elan Maulani. 2023. "Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern." *Jurnal Sosial Teknologi* 3(2):94–98. Doi: 10.59188/Jurnalsostech.V3i2.635.
- Arianty, Nel, Dan Andira Ari. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1):39–50.
- Bahransyah, Muhammad, Dan Donant A. Iskandar. 2018. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Topi Kulit Eervoleather." *Imperium Institute* 1(1):37–46.
- Bambang, Arianto, Dan Andriya Risdiyanto. 2021. "Kiprah Aktor Warganet Melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus Pada #Hondabeat." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 11(1):19–26.
- Daniel, Iman K. 2018. "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional." *Jurnal Administrasi Bisnis* 1(1):1–24.
- Debora, Julianis Clara. 2023. "The Influence Of Social Media On Business Success." *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi* 1(2):70–74.
- Dewi, Gusti A. N. S. K. P., Alit Dewi, Dan Agus Ngurah Arya Putra. 2022. "Strategi Dan Penerapan Desain Konten Marketing Di Instagram Sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution." *Visma Design* 2(1):15–24.
- Dwiyanti, Eris, Nurul Qomariah, Dan Wenny Murtalining Tyas. 2018. "Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 8(2). Doi: 10.32528/Jsmbi.V8i2.1786.
- Dzakiyyah, Bilqiis Hasna, Kinanti D. Putri, Nayla Salsabila, Talitha Rafania, Dan Ida F.

- A. Prawira. 2023. "Pemanfaatan Big Data Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 1(1):10441–45.
- Ferdiansyah, Moh R., Dan M. Taufiq Abadi. 2023. "Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina Di Pekalongan)." *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 2(3):64–74.
- Fourqoniah, Finnah, Dan Muhammad Fikry Aransya. 2020. *Kegagalan Dan Keberhasilan Dalam Kewirausahaan*. Klaten: Lakeisha.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M. Zaky. 2019. "Peluang Implementasi Teknologi Big Data Dan Block Chain Untuk Peningkatan Kinerja Perdagangan Pada Sektor Umkm Di Indonesia Pada Era Industri 4.0." *Jurnal Cendekia Niaga* 3(1):71–80.
- Hakim, Luki L. 2020. "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4(3):81–86.
- Hamid, Marwan, Sufi Ibrahim, Konadi Wen, Akmal Yusrizal, Dan Iddris Jamaluddin. 2019. *Analisi Jalur Dan Aplikasi Spss 25*. Bireuen: Merdeka Kreasi.
- Hamid, Rahmad S., Samsul Bachri, Dan Muhammad Ikbal. 2020. *Panduan Praktis Ekonometrika Konsep Dasar Dan Penerapan Menggunakan Eviews*. Serang: Aa Rizky.
- Hapzi, Ali, Dan Ade Octavia. 2023. "Penerapan Pemasaran Word Of Mouth Dan Penggunaan Big Data Terhadap Minat Beli Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Siber Publisher." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 2(3):393–403.
- Hartawan, Muhammad S., Susy Rosyida, Hamid Abdu, Wulandari, Dan Putra Arman. 2022. *Big Datag (Informasi Dan Kasus)*. Surabaya: Tim Kun Fayakun.
- Hasanah, Shafaratin, Dan Suyyinah. 2023. "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Pakong." *Iqtisodina: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam* 6(1):22–29.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ilyas, Gunawan Bata, Sri Rahmi, Hasmin Tamsah, Abdul Razak Munir, Dan Aditya Halim Perdana Kusuma Putra. 2020. "Reflective Model Of Brand Awareness On Repurchase Intention And Customer Satisfaction." *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business* 7(9):427–38. Doi: 10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No9.427.
- Ismail, Heri. 2023. "Strategi Pemasaran Digital Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Bisnis Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1(1):1–14.
- Juliandi, Azuar, Irfan, Manurung Saprinal, Dan Satriawan Bambang. 2016. *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan Spss*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan

Ilmiah Aqli.

- Kotler, Dan Keller. T.T. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 2. 13 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D. P. 2018. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness." *Commonline Departemen Komunikasi* 1(1):1–15.
- Manshur, Muhammad. 2020. "Peran Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Busana Hijab Syar'i Si.Se.Sa." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 1(1):113–31.
- Mubarok, R. Rizqi, Dan W. Tri Wicahyani. 2022. "Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Pendekatan Big Data Pada Pt. Telkom Indonesia (Persero)." *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian* 759–64.
- Musnaini, Suherman, Wijoyo Hadion, Dan Indrawan. Irjus. 2020. *Digital Marketing*. Banyumas: Cv. Pena Persada.
- Pane, Yonson, Asianna Martini Simarmata, Sri Rezeki, Dan Muammar. 2021. "Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, E-Issn : 2581-2424, P-Issn : 2597-3657* 5(2):212–25.
- Pramadyanto, Muhammad R. 2022. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc." *Komuniti: Jurnal Komunikasidan Teknologi Informasi* 14(1):69–92.
- Pratama, Arya Satya, Suci Maela Sari, Dan Moh Badwi. 2023. "Pengaruh Artificial Intelligence, Big Data Dan Otomatisasi Terhadap Kinerja Sdm Di Era Digital." *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (Jupiman)* 2(4):108–23.
- Purwianti, Lily, Nuzula Agustin Isnaini, Dan Syaharni Dian. 2023. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Awarness Terhadap Purchase Intention Produk Mixue Di Kota Batam." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 6(3):229–48.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen Persediaan*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada .
- Santoso, Edi Rudi, Giri Prawiyogi Anggy, Dan Rahardja Untung. 2022. "Penggunaan Dan Manfaat Big Data Dalam Konten Digital." *Adi Bisnis Digital Interdisiplin* 3(2):156–60.
- Seturi, Maia. 2018. "Brand Awareness And Success In The Market." *Journal Of International Scientific Publications, Issn 1314-7242* 11(1):424–32.
- Shalsabila, Shafa, Dan Respati Radea. 2023. "Analisis Implementasi Enterprise Resource Planning Dan Pemasaran Digital Terhadap Pertumbuhan Umkm Di Indonesia (Studi Kasus Pada Umkm Dki Jakarta)." *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 4(5):7424–34.
- Sono, Mohammad, Erwin, Dan . Muhtad Muhamad. 2023. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha Di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1(4):312–24.
- Sope, Akbar. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan."

- Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 1(1):87–102.
- Sudarsono. 2020. “Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Secara Online Di Indonesia.” *Seminar Nasional Kepariwisata* 1(1):286–99.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syira, Syahdina Damayar. 2023. “Pemanfaatan Big Data Dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu Pada Perusahaan E-Commerce.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4(5):891–900.
- Tamara, Rima Aldisa, Dan Pandu Maulana. 2022. “Penerapan Big Data Analytic Terhadap Strategi Pemasaran Job Portal Di Indonesia Dengan Karakteristik Big Data 5v.” *Jurnal Sistem Komputer Dan Informatika* 3(3):267–72.
- Tauryawati, Mey Lista, Dan Ilham R. N. Ahmad. 2023. “Pemberdayaan Umkm Mili Milk: Strategi Pemasaran Dan Target Pasar Yang Tepat Untuk Keberhasilan Bisnis.” *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (Jamsi)* 3(5):1327–36.
- Tjiptono, Fandy, Dan Gregoriu. 2017. *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Costumer Satisfaction, Stategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. 3 Ed. Yogyakarta: Andi.
- Wahid. 2024. “Strategi Pemasaran Usaha Melalui Digital Marketing.” *Journal Of Social Science Research* 1(1):6475–85.
- Wibowo, Riska A. P. 2022. “Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19.” *Management Studies And Entrepreneurship Journal* 3(4):283–91.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.