

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*.
- Ahmad, & Muslimah. (2021). *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif*.
- Budiman, R. A. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing) Terhadap Niat Pembelian (Purchase Intention) Dengan kesadaran Merek (Brand Awareness) Sebagai Variabel Mediasi Pada Shopee “ (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)*.
- Dhurup, M., Mafini, C & Dumasi, T. (2014). “*The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry*,” *Acta Commercii 14 (1)*, Art.
- FA Suharno, & L. Listiyoko. (2018). *Aplikasi Berbasis Web dengan Metode Crawling sebagai Cara Pengumpulan Data untuk Mengambil Keputusan*.
- H. K. (2018). *Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*.
- jne.co.id. (n.d.). Retrieved from JNE Express: <https://www.jne.co.id/> Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee . 25-31*.
- Kotler, Phillip dan Keller, K.L.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks*.
- Liedfray, T., Waani, F., & Lasut, J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.

- Nurritzka, A. F. (2016). *Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja Dlama Perspektif Perubahan Sosial*. 28-37.
- Nursiti, & Giovenna, A. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo*.
- O. P., & D. P. (2018). *Strategi Kementerian Parawisata Indonesia Dalam Branding Wonderful Indonesia Melalui Media Sosial*. *Jurnal Perspektif Komunikasi*.
- R. S. (2020). *Dampak Media sosial Dalam Gaya Hidup Sosial*. 15- 33.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). *Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*.
- Rino, F. B., & Dionisius, L. (2018). *Eksplorasi Faktor Beliefs dan Attitudes: Kajian Terhadap Social Judgment Theory Di Era Media Digital*.
- Safitri, N. A. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial*.
- Santoso, P. Y. (2018). *Transformasi Intergrated Marketing Communication*. 313-326.
- Tineges, R. (2021). *Crawling Sebagai Teknik Pengumpulan Data Sekunder*. Retrieved from <https://dqlab.id/crawling-sebagai-teknik-pengumpulan-data-sekunder>
- W. S., R. N., & Santoso, M. B. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. 1-154.
- Wahyuni, N. P., Sujana, I., & Novarini, N. A. (2022). *Pengaruh Kemampuan Kerja, Disiplin Dan Efektifitas Terhadap Kinerja Karyawan Studi (Studi Kasus Pada Kantor DPRD Bali)*. 191