

DAFTAR PUSTAKA

- Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., Haro, A., Purbaya, M. E., Rivai, D. R., & Munizu, M. (2024). *Digital Marketing: Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ang, T., Wei, S., & Anaza, N. A. (2018). Livestreaming vs pre-recorded: How social viewing strategies impact consumers' viewing experiences and behavioral intentions. *European Journal of Marketing*, 52(9–10), 2075–2104. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2017-0576>
- Annastasya, P., Wirawan, A., & Pariwisata, J. (2023). *Skripsi Analisis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness the Trans Resort Bali Halaman Sampul*.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). EKOMBIS Sains KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 1–7.
- Aulia, R. N., & Harto, B. (2024). Membangun Keterlibatan Konsumen Melalui Strategi Konten Marketing dalam Live Streaming: Analisis Kualitatif Terhadap Brand yang Berhasil di Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5721–5736. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9848>
- Azmi, M. (2021). *PENGARUH PROMOSI MELALUI INSTAGRAM OLEH MOM'S COFFEE AND KITCHEN DALAM PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN*. 6.
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan *Digital Marketing* untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Burhani, & Afiq, M. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. 1–80. <https://lib.unnes.ac.id/39105/>
- Fauziah, P., & Darul Fadli, M. (2023). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING*. 2, 1970–1978.
- Ghieska Maharani, & Gitanissya Azzahra. (2023). Systematic Literature Review: Kebijakan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal*

- Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), 25–35.
<https://doi.org/10.62017/jimea.v1i1.84>
- Hasan, H., Bora, M. A., & Afriani, D. (2010). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Hidayatinnisa, N., Helmy, A., Betari, A. W., Cahyani, S. A., Abror, A., Fatoni, R., Permatasari, I. R., Niaga, J. A., & Malang, P. N. (2023). *Optimalisasi Digital Marketing Dengan Menggunakan Konten Video Marketing Pada Umkm Rpmr Malang*. 10, 92–95.
- Kannan, P. K., & Li, H. “Alice.” (2017). *Digital Marketing: A framework, review and research agenda*. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Khoiriyah, N. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Nathania, E. C., & Erdiansyah, R. (2025). Dampak Konten Video Farida Nurhan di YouTube terhadap Minat pada Makanan Tradisional. *Prologia*, 9(1), 21–29. <https://doi.org/10.24912/pr.v9i1.27710>
- Nugroho, L. (2021). *Strategi marketing digital usaha mikro dan kecil*. August.
- Nuranisa, H. (2019). No Title. *Penggunaan Instagram Terbesar Ke-4 Di Dunia*.
- Nurmalasari, C. (2024). Analisis Pemanfaatan Video Marketing Sebagai Trend Strategi Pemasaran di Era Digital. *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning, and Communication*, 4, 7–11.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Spto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763.
<https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>
- Produk, P. K., & Content, D. A. N. (2024). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan content marketing terhadap minat beli konsumen*. 07, 93–103.
- Rahma, H., & Hariyana, N. (2023). *Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia*. 4(3), 1821–1828.
- Risdiana, A. (2021). Analisis Strategi *Digital Marketing* Produk Industri Kreatif Di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1), 9–19. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v20i1.2359>
- Rosadian, A. (2023). Kolaborasi Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner Di Kota Malang. *Jurnal Pijar*, 1(2), 191–199. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/241%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/241/103>

- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). ANALISIS ISI KONTEN MARKETING AKUN INSTAGRAM @mop.beauty DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT FOLLOWERS. *Alpha*, 15(1), 37–48.
- Samsu. (2017). Metode Penelitian : Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mix Method serta Research and Development. In *Jambi: Pusaka* (Issue June).
- Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 160–171. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.361>
- Setyaningrum. (2021). Bab I Pendahuluan A. latar Belakang Masalah Kinerja. *Universitas Negeri Jakarta*, 1(1), 1–12.
- Sulasti, S., Martono, M., & Sani, S. (2024). Peran Video Marketing Dalam Peningkatan Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(2), 214. <https://doi.org/10.51195/iga.v14i2.359>
- Swasosno, A. R. (2025). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Video Tiktok Moisturizer The Originote Dalam Meningkatkan*. 7(2), 138–147.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2019). *DIGITAL MARKETING* (Vol. 11, Issue 1).
- Wildan, M., Prawiro, J. W. H., & Sanjaya, R. D. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness Kafe Cangopi. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i2.3500>