

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, and Alexander L. Biel. 2009. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Aaker, D. A. 2008. *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*, New York: Free Press.
- Aaker, D. A. & McLoughlin, D. 2010. *Strategic market management: Global Perspectives*. USA: John Wiley & Sons, INC.
- Abdullah, Mohamad Musa. Dede R Oktini; Dedy Ansari Harahap. 2022. Pengaruh Social Media Marketing dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung, Bandung Conference Series: Business and Management .
[//doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405](https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405)
- Alfairoza, Muhamad Idham. 2022. Pengaruh Brand Image, *Brand Awareness*, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Parfum HMNS, *Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas*, Jakarta
- Arjanti, Restituta Ajeng ; Mosal, Reney Lendy, 2013. *Startup, Indonesia: inspirasi & pelajaran dari para pendiri bisnis digital*, Jakarta:Penerbit Kompas Gramedia\
- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014. "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan", Science Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus.Econ. Res Vol 3.

Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Chadwick, Andrew. 2013. *The emergence of hybrid media system*, London:Oxford University

Durianto, Darmani, Sugiarto, dan Sijintak, Tony, 2009. Strategi Menaklukan Pasar, Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jenkins, Henry. 2008. Convergence Culture: Where Old And New Media Collide. York And London: New York University Press.

Keller, L. 2009. How To Manage Brand Equity. Jakarta: Gramedia Pustaka

Kotler, Gary dan Armstrong, Gary. 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit : Erlangga

lampung, BPS. 2022. Provinsi Lampung Dalam Angka 2021, Bandarlampung:BPS Lampung

Irvan, Ignatius. Rezi, Erdiansyah.2009. Pengaruh *Brand Awareness*, Brand Image, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sepeda, *Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. 2012. Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika, Jakarta;Aliansi Jurnalis Indonesia,

Maulida, Arina Robbyatul. Haris, Hermawan. Izzuddin, Ahmad. 2022. Pengaruh Viral Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi dan Pelayanan Publik, Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1, 2022

Nasrullah, Rulli. 2017. Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosio teknologi, Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

Noci, Javier Díaz. 2013. A HISTORY OF JOURNALISM ON THE INTERNET: A state of the art and some methodological trends, *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, N°1, Vol.1, año 2013, PP. 253-272

Pamuji, Eko. 2019. MEDIA CETAK vs MEDIA ONLINE (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa),Jakarta: Untoro Pers

Prasetya, Sandy Aldi. 2022. Pengaruh Social Media Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Erigo, *Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta*, Surakarta

Rangkuti, Freddy. 2009. *Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Romli, Asep Syamsul M. 2018. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*, Jakarta:Nuansa Cendikia

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung:Alfabeta

Taufik, Yuyun. Sari, Ade Risna. Zakhra, Aminatus. 2022. Peran Social Media Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap Purchase Intention Produk Es Teh Indonesia, *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 6 No. 2 September 2022 P-ISSN: 1978-0184 E-ISSN: 2723-2328

Weeks, B.E. and Holbert, R.L. 2013. Predicting Dissemination of Newsc Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending and Partisanship. *Journalism and Mass Communication Quaterly*, 90 (2), 12.

WEBSITE

<https://www.komunikasipraktis.com/2018/10/manajemen-media-online-pengertian-proses.html> Diakses 22 Oktober 22, 17.00

<https://www.saibumi.com/artikel-115561-smsi-lampung--beranggota-173-media--siap-mengawal-dan-mengawasi-pemerintah-provinsi-lampung.html> Diakses 18 Juli 22, 18.16

<https://www.pwi.or.id/detail/26/Sekilas-Sejarah-Pers-Nasional> Diakses 15 oktober 22, 17.00

<https://www.sikamtik.diskominfotik.lampungprov.go.id/media-terdaftar>. Diakses 18 Juli 22, 18.50

<https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers> Diakses 14 Februari 22, 17.05

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> Diakses 15 Maret, 16.32

https://www.kompasiana.com/luckybudiman/5d9adb14097f361f3826fff3/untitled?page=3&page_images=3 Diakses 21 Oktober 22, 19.38

<https://alexa.com> Diakses 14 Februari 22, 16.35

<https://www.saibumi.com/artikel-115561-smsi-lampung--beranggota-173-media--siap-mengawal-dan-mengawasi-pemerintah-provinsi-lampung.html> Diakses 22 februari 22, 20.35

<http://junaidichaniago.wordpress.com> dari: <http://www.stanford.edu> diakses 27 Desember 2022, 17,35

<https://wikielektronika.com/r-tabel-uji-validitas/3/> diakses 27 Desember, 19.50