

DAFTAR PUSTAKA

- (Sijabat, 2021)Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). STRATEGI Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26.
- Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads Untuk meningkatkan Brand Awareness pada Produk Lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 68. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i1.310>
- Atiq, A. Z., & Syaichu, A. (2021). Pengaruh promosi menggunakan Facebook Ads untuk meningkatkan volume penjualan coklat Japo. *J Ilmu-Ilmu Teknik-Sistem*, 14(3), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.iltek.2021.05.007>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Dior, D. C. (2020). Pengaruh Facebook Ads dan elemen brand equity terhadap keputusan pembelian di platform Tokopedia. *J Syntax Admiration*, 1(2), 20–23. <https://doi.org/10.1016/j.syntaxadm.2020.06.009>
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Frincessa Syifa Ferdiana, A. (2024). *The Influence of Social Media Marketing, Brand Awareness and Product Quality on Purchasing Decisions at Mie Djoetek*. 2, 94–103. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakimah. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Kediri Tahu Merek “Poo” Pada Pengunjung Toko Pusat Oleh-Oleh Kota Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Dan Bisnis*.
- Karim, A., Fadlina, & Ginting, G. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM Di Labuhanbatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(19), 12–16.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Metricool. (2023). Facebook Ads Study 2023: Improve Your Strategy With This Data. *Metricool*. <https://metricool.com/facebook-ads-study-2023/>
- Reiza, M., Sudarwanto, T., & Irawati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(1), 37–46. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i1.5294>
- Sijabat, B. (2021). Analisis Keputusan Membeli Berbasis Brand Awareness sebagai Impak Google Ads dan Facebook Ads (Kajian Pelanggan Lazada). *Syntax Idea*, 3(3), 444–464. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i3.1060>
- Silva, M., Santos De Oliveira, L., Andreou, A., Vaz De Melo, P. O., Goga, O., & Benevenuto, F. (2020). Facebook Ads Monitor: An Independent Auditing System for Political Ads on Facebook. *The Web Conference 2020 - Proceedings of the World Wide Web Conference, WWW 2020*, 224–234. <https://doi.org/10.1145/3366423.3380109>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>
- Zundana, A., & Hakimah, E. N. (2023). Promosi Media Sosial Dan Electronic Word of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2(2962–2050), 623–631.