

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Johnston, K., & Mayer, R. (2006). *Internet Marketing: Strategy, Implementing and Practice* (3 ed.). England: Pearson Education Limited.
- Cizmecci, F. (2015). The effect of digital marketing communication tools to create brand awareness by housing companies. *MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal*, 10(2), 149–161.  
<https://doi.org/10.5505/megaron.2015.73745>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Durianto, D. S., & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbun, B., & Ruswanty, E. (2016). Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES*, 2. Diambil dari  
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/view/371>
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media ( Kencana ).
- Hidayah, N. (2018). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MEMBANTU PENJUALAN LIVING SPACE DAN EFO STORE*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13 ed.; E. Maulana & Y. S. Hayati, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13 ed.; A.

- Maulana & Y. S. Hayati, ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Payadna, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.  
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra, ed.). Surabaya: Zifatama Publishing.
- Purnami, N. M. (2014). *Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Digital Dan Konvensional Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Internet Service Provider (Isp) Di Kota Denpasar*. 28–41.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Rahayu, S. M., Ramadhanti, W., & Widodo, T. M. (2018). *Analisis Pengaruh Gender Direksi dan Komisaris, Manajemen Laba, Serta Kinerja Perusahaan Terhadap Kompensasi Manajemen Puncak di Asean*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Riduwan, & Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis* (Akdon, ed.). Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing : Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudjatmoko. (2015). *Leader Transformational*. Sukoharjo.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- UNJ, U. P. B. (2019). *Program Kerja UPT Pelayana Bahasa 2019*. Jakarta.