

DAFTAR PUSTAKA

- Andata, C. P., Iflah, I., Kurnia, K., & Putri, S. A. (2022). Pengaruh media sosial dalam meningkatkan brand awareness “Somethinc” pada pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 84–92.
- Andriani, D., Suci, R. P., & Zulkifli. (2023). Pengaruh promosi media sosial Instagram Starcross terhadap keputusan pembelian dimediasi minat beli (Studi pada generasi milenial Malang). *Jurnal Economina*, 2(3), 823–835.
- Duwi Priyatno. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. .
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lim, X., et al. (2024). Impact of social media marketing on Generation Z’s cosmetic brand awareness.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Salsabillah, N. A., & Putri, B. P. S. (2023). Pengaruh media sosial Instagram terhadap brand awareness produk Harlette Beauty. *e-Proceeding of Management*, 10(4), 2968–2973.
- Saputra, D. F. D., & Jamiati, K. N. (2023). Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan (Survey pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2017). *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 61–69
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social media marketing* (4th ed.). SAGE.