

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. Kuncoro dan Riduwan. (2014). Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Cetakan ke-6. Bandung: Alfabeta.
- Ahmed, M. (2017). SMART KM Model: The Integrated Knowledge Management Framework for Organizational Excellence. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*.
- Amalia, Ikhlasul. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @Maybelline Terhadap Brand Awareness Produk Kosmetik Maybelline. *Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom: Dipublikasi*.
- Ambarini, Sylvia. (2020). Analisis Konsep *Digital Marketing* Mavenful Indonesia Melalui Instagram Dalam Upaya Menumbuhkan *Brand Awareness*. *Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie: Dipublikasi*
- American Marketing Association. (2017). Definition of Marketing. Retrieved from ama.org: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Annisa, Vellya. (2020) Pengaruh Advertising Web Series Youtube dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Tropicana Slim. *Universitas Telkom: Dipublikasi*
- Basuki, Agus Tri. (2016). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews. Jakarta: Rajawali Pers
- Bilgin, Yusuf. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty, Vol 6, 128-148. *Business and Management Studies: An International Journal*
- Dailysocial.id. (2019, Februari 07). *Spotify Berinvestasi di Industri Podcast Demi Mewujudkan Visinya Menjadi Platform Audio Terbesar*. Retrieved from: dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/spotify-berinvestasi-di-industri-podcast>
- Dedi Purwana. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Vol. 1, No. 1. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*.
- Dilham, Ami. (2018). The Internet Marketing Effect on The Customer Loyalty Level with Brand Awareness as Intervening Variables. Vol 9. PP 681-695
- Echdar Saban. (2017). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bogor: Ghalia Indonesia
- Ekrut.com. (2020, Juni 28). Pentingnya Brand Awareness dan 8 cara meningkatkannya. Retrieved from: [www.ekrut.com: https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah](https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah)

- Fadilah, Efi. (2017). Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio, Vol 1, PP. 90-104. *Kajian Jurnalisme*
- Fathurroyyan, Muhammad. (2017). Pengaruh Social Media Terhadap Peningkatan Brand Awareness Clover Clothing Melalui Instagram (Studi Pada Followers Instagram Clover Clothing). *Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia: Dipublikasi*
- Febriyan, Firman. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia), Vol. 61, No. 1. *Jurnal Administrasi Bisnis*
- Febriyanto, Trio & Arisandi, Debby. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN, Vol.1, No.2. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdana, Auditya. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Pru Passion Agency)., Vol. 3, No. 1. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: PT Refika Aditama
- Katadata.co.id. (2020, Februari 10). *Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda](https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda)
- Kurniawan, A. (2014). Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis (1st ed). Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). The Principle of Marketing. (17th ed). Italy: Pearson Education Limited
- Labbad, S. A. (2018). The Role of Digital Marketing in Creating Brand Awareness and Measuring Customer Satisfaction at Intercontinental Hotel, Al-Jubail, Saudi Arabia, Vol. 8, No. 5. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*
- Luthfi, Andria. (2019). Peran New Media Podcast Duobudjang di dalam Menyosialisasikan RUU Permusikan. *Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. DR. Moestopo: Dipublikasi*
- Makmur, R. (2018). *Manajemen E-Commerce*. Informatika Bandung
- Nadhiro. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Brand Awareness* pada *followers instagram* Warunk Upnormal, Vol.2, No.2. *Commercium*

- Oktaviani, Femi & Rustandi, Diki. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam membangun Brand Awareness, Vol.3, No.1. *Jurnal Profesi Humas*
- Paper.id. (2020. Januari 06). Podcast Sebagai Sarana Marketing Brand. Retrieved from paper blog: <https://www.paper.id/blog/bisnis/podcast-sebagai-sarana-marketing-brand/>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Vol. 1, No. 1. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*
- Radarbangsa.com. (2020). *Podcast Storytelling, Cara Baru Promosi Sejarah dan Budaya*. Retrieved from [radarbangsa.com: https://www.radarbangsa.com/news/25680/podcast-story-telling-cara-baru-promosi-sejarah-dan-budaya](https://www.radarbangsa.com/news/25680/podcast-story-telling-cara-baru-promosi-sejarah-dan-budaya)
- Rahmasari, Hardyan. (2020). Efektifitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Pada Aplikasi Edulogy di Bandung 2019. *Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom: Dipublikasi*
- Riskyawan, Ahmad & Ervianty, Rizka. (2019). The Use of Digital Marketing Communication Media as a Tool to Achieve Brand Awareness of Kitchenindo Products, Vol. 3, 59-72. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*
- Rizky, M. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Asia Catering Bogor. *Universitas Telkom: Dipublikasi*
- Rufaida, Nabila. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-commerce. *Universitas Telkom: Dipublikasi*
- Samran, Z., Wahyuni, S., Misril, M., Nabila, R., & Putri, A. (2019). Determination of Digital Marketing Strategies as Effective Communication Techniques for GoOntravel Brand Awareness, Vol.9. 752-757. *Journal of Research in Marketing*
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sarwono, Jonathan. (2016). *Prosedur-Prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi dan Tesis dengan Eviews*. Yogyakarta: Gaya Media
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.
- Shinto, Galuh. (2019). Podcast Sebagai Media Distributor Audio Baru Dalam Dunia Penyiaran. *Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta: Dipublikasi*
- Spotify.com. (2020). Podcast Charts Indonesia. Retrieved from [spotify.com: https://open.spotify.com/genre/podcast-charts-body](https://open.spotify.com/genre/podcast-charts-body)

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group
- Tanti, D.S. & Ghozali, M. I. (2018). Utilization of Facebook as a Promotional Media in Growing Brand Awareness of Mobiloka, Vol. 219, 203-216. *Atlantis Press*
- Wardhana, A., Kartawinata, B.D., & Syahputra. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Bandung: PT. Karya Manunggal Lithomas
- Widyawati, Ayu. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Youtube Terhadap Tingkat Brand Awareness Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100 FM Bandung), Vol. 4, No. 3. *E-proceeding of Applied Science*
- Woro, Galuh. (2019). Podcast Sebagai Media Distributor Audio Baru Dalam Dunia Penyiaran. Diperoleh dari repo.apmd.ac.id
- Yasmin, Afrina., Tasneem, Sadia., & Fatema, Kaniz. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study, Vol. 1, No.5, 66-80. *International Journal of Management Science and Business Administration*
- Yunita, Dessy. (2018). Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention, Vol. 7, No. 1. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*
- Zhu, Yu-Qian & Chen, Houn-Gee. (2015). Social Media and Human Need Satisfaction: Implications for Social Media Marketing, Vol. 58, 335-345. *Business Horizons*.

