

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Andjarwati, T. D. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality dan Kelompok Acuan Terhadap Niat Beli Honda PCX 150. *UNEJ-J E-Proceeding*, 516.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bessie, R. S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *ejournal.undana*, 71.
- Budiantara, Z. &. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Grafindo.
- Haenlein, A. K. (2010). *User of The Word, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Hariyanti, N. T. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *IKADO*, 141.
- Hayati, C. S., & Sudradjat, R. H. (2022). Pemanfaatan TikTok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 422.
- Hennig-Thurau, K. P. (2004). *Electronic Word-of-Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet?* Wiley InterScience.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hoffman, T. D. (2013). E-WOM and The Importance of Capturing Consumer Attention Within Social Media. *Taylor & Fancis Online*.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "Zoya". *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* , 191.
- Keller, P. K. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge.

- Muhammad Husaini Ansori, M. B. (2020). Pentingnya Pembentukan Program Sekolah Siaga Bencana Bagi Kabupaten Bandung Barat. *Journal UNPAD*, 309.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Paramitha, C. R. (2011). Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner.
- Prisgunanto, I. (2016). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Priyanto. (2012). *Belajar Ceptar Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Putri, D. T. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth WOT Batu Bandung Pada Media Sosial TikTok Terhadap Brand Awareness. *Garuda Kemendikbud*.
- Ripaldi, D. (2022, Oktober 06). *Jabr Dilanda 916 Bencana dalam 10 Bulan, 39 Orang Meninggal Dunia*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/regional/read/5088406/jabar-dilanda-916-bencana-dalam-10-bulan-39-orang-meninggal-dunia>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sihombing, S. J. (2019). Pengaruh Penempatan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 22.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV ALFABETA.
- Syahriah Sari, S. S. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration*, 39.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Indeks.
- Wisnblit, L. G. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England: Pearson Education Limited.