

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliawaty, R., & Halilah, I. d. (2017, agustus). Pengaruh Brand Awareness terhadap Consumer Decision Making. *Jurnal riset bisnis dan investasi*, 3, 73.
- Arianto, B. (2021, december). Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Perilaku Generasi Muda di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Social Politics and Governance*, 3.
- Desy, N. (n.d.). Teknologi Digital Sosial guna Meningkatkan Strategi Marketing di Era Pandemi Covid-19.
- Elsyario, D. (2021, Januari). PENGARUH SOCIAL MEDIA BAGI DIGITAL MARKETING. 14.
- Irso. (2020). Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. *Kominfo*.
- Lukitaningsih, A. (2013, Oktober). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13, 116-129.
- Setiadi, A. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *ejournal*.
- Wulandari, Rizky; , santoso; Ardianti, Sekar Dwi;. (2021). Tantangan Digitalisasi Pendidikan bagi Orang Tua dan Anak di Tengah Pandemi Covid-19 di Desa Bendanpete. (J. Pendidikan, Ed.) *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3.