

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C., & Hermawan, D. (2013). *E-business dan e-commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Ambar T., Sulistiyani R., (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian*.
- Assael, H. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*, Penerbit South Western Publishing Company, USA.
- Bearman, B. (2008). *Retail management: A strategic approach*. New Jersey. Prentice Hall.
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). Evaluating the influence of YouTube advertising for attraction of young customers. *Computers in Human Behavior*, 59, 165–172. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.037>.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *E-marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. USA: Routledge.
- Dao, V, T.,W., Le, H, N.,Cheng, S, M., J., dan Chen, D, C,. (2014). *Social media advertising value: The case of transitional economies in Southeast Asia*. *International Journal of Advertising*, 33(2), 271-294.
- Dewi, V. C., & Sulistyawati, E. (2018). *Peran brand awareness memediasi pengaruh iklan terhadap niat beli* (Studi pada produk pasta gigi merek Sensodyne di kota Denpasar). *None*, 7(4).
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat. *Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat*. <http://www.diskop-sumbar.com>. Diakses pada tanggal 19 Agustus 2019.
- Ghozali, I.(2012). *Konsep, teknik, dan aplikasi smartPLS 3.0 m3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: Pearson new international edition*. Pearson Higher Ed.
- Hair, J.F. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Hansudoh, S. A. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention*, 12(1), 53–59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53>.
- Hariyana, N., (2013). *Pengaruh Penggunaan Iklan Endorser Produk Sabun Lux Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek Pada Konsumen Produk Sabun Lux di Kabupaten Jember*. Journal: *Jeam*. Volume XII. 1-24.
- Homburg, C., Klarmann, M., & Schmitt, J. (2010). *Brand awareness in business markets: When is it related to firm performance? International Journal of Research in Marketing*, 27(3), 201–212. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.03.004>.
- Juliani, R. D. (2017). *Pemilihan Media Iklan Bagi Organisasi Bisnis*. Jurnal ilmiah inspiratif.
- Kim, E., Choi, S. M., Kim, S., Yeh, Y. H., & Insights, M. (2013). *Factors affecting advertising avoidance on online video sites*. *The Journal of Advertising and Promotion Research*, 2(1), 87-121.
- Kotler, P., & Keller, Kevin, L., (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Marcellina, A. L., (2012). *Analisis Dampak Kredit Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomikadan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Moriarty, Sandra, Nancy, M., & William, W., 2011, *Advertising*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Mujiyana, S, L., & Mukhyi, M. A. (2012). *Pengaruh Penerapan Periklanan di Internet dan Pemasaran Melalui E-mail Produk UMKM di Wilayah Depok*. *Jurnal Jati Undip*.
- Pemerintah Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pusat data base Statista. 2019. *Most informative social media platform according to respondents in Indonesia as of June 2019*. Dari <https://www.statista.com/statistics/1031507/indonesia-most-informative-social-media-platform/>. Diakses Agustus 2019.

- Purnama, B. E., & Widyaningsih, H. (2017). Analisis Peran Aktor Internal dan Eksternal Wirausaha Dalam Pembentukan Desa Wisata Desa Sendangmulyo, Minggir, Sleman. *Simnasiptek 2017*, 1(1), 87-95.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Reza, F. (2016). *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id*. Jurnal kajian komunikasi.
- Rivaldo, G. (2016). *Analisis Pengaruh Informativeness, Credibility, Entertainment, dan irritation terhadap Advertising Value serta Implikasinya terhadap Purchase Intention (Telaah Pada Iklan Gillette Mach 3 Turbo Di Youtube)*. Jurnal Ultima Management, vol.8. no. 2.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). *Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>.
- Saputro, R. Y., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 di Dealer Astra Honda Semarang*. *Journal Of Management*, 2(2).
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shahid, Z., Hussain, T., & Zafar, F. (2017). "The Impact of Brand awareness on the Consumers' Purchase Intention." *Journal of Accounting & Marketing* 6 (1) : 1–4. <https://doi.org/10.4172/2168-9601.1000223>.
- Susanto, A.B & Himawan, W., (2004). *Power Branding*. Jakarta: Quantum.
- Sukiarti, L., Budi, Leonardo H., Haryono, & Andi, T., (2016). *Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Merek Terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline ( Studi Kasus di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang )*. Maharaja Agrasen Institute of Management and Technology Journal of IT & Management, 2(2).
- Taufik. (2013). *Pengaruh Media Iklan terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent*. *Jurnal pendidikan bisnis dan ekonomi* , 1, 1- 11.
- Wang, C. L., Li, D., Barnes, B. R., & Ahn, J. (2012). *Country image, product image and consumer purchase intention: Evidence from an emerging economy*. *International Business Review*, 21(6), 1041-1051.



Wijaya, S. H. (2019). *Pengaruh Customer Perceived Value, Brand Awareness, Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Purchase Intention Koi Thé Bubble Tea Di Tunjungan Plaza Surabaya*. *Agora*, 7(2).

Yahaya, H. D., Geidam, M. M., & Usman, M. U. (2015). The role of micro, small and medium enterprises in the economic development of Nigeria. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 4(3), 33-47.

Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2014). *Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention*, 36–46.

Zain, T. (2012). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Speedy Instan*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(1).

