

DAFTAR PUSTAKA

- Aang Sabarudin. (2021, June 4). *Selamat datang 5G*. <https://Sumsel.Antaranews.Com/>.
- Adriyanto, H., Subakti, A. G., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Restoran Casa de Peri, Jakarta Selatan). *JITHOR*, 6(1). <https://doi.org/10.17509/jithor.v6i>
- Adwitya Herniza Putra. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Sosial Media (Studi Kasus Toko Gramedia Karawang)*. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Agus Tri Haryanto. (2024, January 31). *APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://Inet.Detik.Com/Cyberlife/>.
- Albert Bandura. (2017). *Social Cognitive Theory of Self-Regulation." Organizational Behavior and Human Decision Processes*. YasinDILMEN.
- Aldo Saputra. (2024a). *Digital Branding Coma Coffee Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Aldo Saputra. (2024b). *Digital Branding Coma Coffee Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*.
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Anisa, S. N., Aulia, S., Indah, A., Dipa, M. A. K., & Panorama, M. (2024). Analisis Peran Infrastruktur Dalam Pertumbuhan Ekonomi Pembangunan Di Kota Palembang. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 36–54. <https://doi.org/10.51903/jupea.v4i1.2435>
- Aritopan, M., & Yokanan, R. T. (2022). ANALISIS PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP PURCHASE DECISION WIFI INDIHOME DI SLEMAN. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Teknososiopreneur*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.31326/bimtek.v1i1.1215>
- biznetnetworks. (2022). *Biznet Menjangkau Lebih Banyak Area di Kota Palembang*. www.biznetnetworks.com
- Callista Eugenia. (2021, November 17). *Mau Mengetahui Teknik Analisis Data? Ini Dia Salah Satu Teknik Terpopuler*. <https://Dqlab.Id/>.
- Caroline Saskia. (2023, July 6). *Biznet, First Media, IndiHome, MyRepublic: Internet Mana Paling Kencang?* Caroline Saskia, Reska K. Nistanto.

- Daniati Nazara, N., & Ginting, A. L. (2024). Manajemen Pemasaran Online melalui Penerapan Iklan secara Digital. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 2).
- Danya Fatima Kusuma. (2024). *Pengaruh Pemasaran Digital, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Promosi Dalam Membangun Brand Awareness Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kc Pekalongan Pemuda)*. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Dionisio Damara Tonce. (2025, April 19). *Telkom (TLKM) Catat Pelanggan Seluler & IndiHome Tembus 170 Juta*. <https://Teknologi.Bisnis.Com/Read/20250419/101/1870248/Telkom-Tlkm-Catat-Pelanggan-Seluler-IndiHo>.
- DJPPI. (2024, June 21). *DJPPI Kominfo Merilis Infografis Infrastruktur Jaringan Telekomunikasi Indonesia*. <https://Djppi.Kominfo.Go.Id/News/>.
- Elga Yanuardianto. (2019). TEORI KOGNITIF SOSIAL ALBERT BANDURA (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI). *Jurnal Auladuna*, 1.
- Esty Naruliza, & Rico Suseno. (2021). PENGARUH_DIGITAL_MARKETING_DAN_BRAND_AWARENESS_TER. *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1.
- Everett M. Rogers. (2015). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press (divisi dari Simon & Schuster).
- Fadhila Hana Martaputri, Cecep Safa'atul Barkah, Iwan Sukoco, & Lina Auliana. (n.d.). *Peran Brand Ambassador Dalam Pembentukan Brand Awareness (Studi Kasus Girl Group Twice Sebagai Brand Ambassador Merek Perawatan Wajah Scarlett Whitening)*. 9.
- Faisal Mahadi. (2023, September 4). *Sejarah Lengkap Internet di Indonesia: Dari Awal Hingga Sekarang*. <https://Www.Teknospesial.Com/>.
- Faisal Yunianto. (2022, July 29). *BI: Keterbatasan infrastruktur jadi tantangan digitalisasi UMKM*. <https://Www.AntaraneWS.Com/Berita/>.
- Febian Rifky Fadhillah, Nani Nurani Muksin, Tria Patrianti, & Oktaviana Purnamasari. (2023). Efektivitas Pesan Kampanye Public Relations Digital #Truethroughyou Di Instagram Terhadap Brand Image Erigo. *Jurnal Umj*, 4(1).
- Fitri, A. N. (2023). Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 35–49. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i1.8613>
- Gamal Thabroni. (2022, March 10). *Teori Belajar Sosial (Observational Learning)*. <https://Serupa.Id/Teori-Belajar-Sosial/>.

- Giap Luwena. (2023, May 8). *Cara Meningkatkan Brand Awareness Bisnis dan Produk*. <https://www.sribu.com/id/blog/cara-meningkatkan-brand-awareness/>.
- Hafi Amarta Afroni Rohim, S. Kom. (2024, January 29). *Pembangunan Infrastruktur Dorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <https://www.setneg.go.id>.
- Hanani, Z., Swid, O., & Riofita, H. (2024). PENGARUH STRATEGI KONTEN YANG MENARIK UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DALAM PEMASARAN DIGITAL. In *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* (Vol. 8, Issue 5).
- Haque-Fawzi, M. G. (2021). *STRATEGI PEMASARAN* (Della Anastiya Putri, Ed.). Pascal Books.
- Imam Adriyan. (2018). *Viral Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Fanpage Facebook Indihome Witel Yogyakarta)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Imelda Talahatu. (2024). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dipersepsikan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Di Kota Ambon*. 3.
- Indra Gultom. (2022, May 28). *Sumsel dorong percepatan pembangunan infrastruktur telekomunikasi*. <https://sumsel.antaranews.com/>.
- Kang, K., Lu, J., Guo, L., & Zhao, J. (2020). How to improve customer engagement: A comparison of playing games on personal computers and on mobile phones. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15(2), 76–92. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000200106>
- Kevin Lane Keller. (2016). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.).
- Kilei, P., Mike, I., & Omwenga, J. (2016). The Impact Of Brand Awareness On Market Brand Performance Of Service Brands: Contextual Consideration of Kenya's Banking Industry. In *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN (Vol. 8, Issue 18). Online. www.iiste.org
- LaRose. (2017). Internet Self-Efficacy and the Psychology of the Digital Divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(1).
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 2021.
- Liani, F. A., & Putra, I. S. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Brand Awereness Dan Citra Positif PT. Telkom. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains* (Vol. 1, Issue 1).
- Luh Gede Puspita Kusuma Wardan. (2023). *Analisis Strategi Promosi Indihome Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Era Endemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pt*

Telkom Indonesia (Persero) Tbk., Kantor Daerah Telkom (Datel) Denpasar Selatan). POLITEKNIK NEGERI BALI.

M Riezko Bima Elko. (2022, May 23). *Ratusan desa di Sumsel belum terjangkau telekomunikasi dan internet*. <https://Sumsel.Antaranews.Com>.

Marcellinus Dedo Advent Dewata. (2024). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Menggunakan Program Bundling Product*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Meilani Teniwut. (2022, October 22). *Sejarah Internet, Kapan Mulai Masuk Indonesia?* <https://MediaIndonesia.Com/Teknologi/>.

Mufti Prasetyo, S., Gustiawan, R., & Rizzel Albani, F. (2024). *BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia*. 2(1). <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>

Muhammad Rifaldi, Sri Hartati, & Muhammad Alfin Vajriansyah. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di Era E-Commerce. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(1), 58–65. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v3i1.2790>

Nandy. (2021). *Pengertian Brand Awareness: Tolok Ukur, Tingkatan, Peran, dan Upayanya*. <https://Www.Gramedia.Com/Literasi/Brand-Awareness/>.

Ni Nyoman Kusuma Aditya Dewi. (2017). PENGARUH INTERNET MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN WOM COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SPA BALI ALUS. *E-Jurnal Manajemen Unud*.

Nouke Juniandani. (2020). *Upaya Peningkatan Kesadaran Merek Melalui Aktivitas Marketing Public Relations Pada Translate Express Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Permadi, G., & Si, S. M. (2016). PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (BRAND AWARENESS) PADA MOTOR HONDA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIA DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU). In *JOM FISIP* (Vol. 3, Issue 2).

Philip Kotler. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Puspasari Setyanigrum. (2022, September 8). *Profil Kota Palembang, Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan* . <https://Regional.Kompas.Com>.

Rafidah. (2018). Determinan Merek, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Pada Keputusan Customer Membeli Produk Rabbani di Kota Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 31–45. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijieib>

- Ratriyana, I. N. (2016). RELASI INTERNET DAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS, IMAGE DAN EXPERIENCE PRODUK ASING. *INFORMASI*, 46(1), 101. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9654>
- Ruggiero, T. E. (2015). *Uses and Gratifications Theory in the 21st Century*.
- Rumyeni, R., Samsudin, D., Syam, H. M., & Selwendri, S. (2023). Word-of-Mouth Communication as a Promotional Tool in the Medical Tourism Industry. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 105–119. <https://doi.org/10.24912/jk.v15i1.21224>
- Sanjaya, I. (2014). *Analisis Struktur Pasar Penyelenggara Jasa Akses Internet di Indonesia Market Structure Analysis of Internet Service Providers in Indonesia*.
- Satria, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 3).
- Satriana Anas, D. (2019). STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM PENINGKATAN BRAND AWARENESS. *Agustus*, 84(2).
- Schunk, D. H. , & DiBenedetto, M. K. (2020). *Motivation and Social Cognitive Theory. Contemporary Educational Psychology*,
- Sholihah, M.-A., & Rara Cindoswari, A. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness Pantai Vio-Vio Di Kota Batam*.
- Sivitas. (2020, August 26). *Pemerintah ungkap tantangan pembangunan infrastruktur internet*. <https://Www.Komdigi.Go.Id/>.
- Stephen W. Littlejohn, K. A. F. & J. G. O. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press, Inc.
- Surjono, W., Sangga, U., & Ypkp, B. (2025). Social Interaction and Purchasing Decisions: a Sociological Approach to Environmental Influence. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 6(2), 2716–2346. <https://doi.org/10.20527/kss>.
- Syaifuddin, M. W., Sudibyo, N. A., & Irfan, M. (2023). Hubungan antara Internet Self-Efficacy dengan Prestasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Atas (Fokus: Analisis Cluster dengan Metode K-Means dan Louvain). *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 6(3), 213–220. <https://doi.org/10.30605/jsgp.6.3.2023.2654>
- Tee, J., Erdiansyah, R., Aulia, S., Ilmu, F., & Tarumanagara, K. (n.d.). *Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia*. <https://m.detik.com/food/resto-dan-kafe/d-4592367/xing-fu-tang-antre-2-jam-untuk->
- The editors of encyclopaedia Britannica. (2024). internet service provider summary. In *Britannica* (p. 1).

- Tien Haryanto, K., Roshan, P., & Komunikasi dan Bisnis, I. (2023). Pengaruh Pesan Kampanye Real People Real Body Dan Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Nipplets Pada Followers Instagram @NIPPLETS_OFFICIAL. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2.
- Tim Keary. (2024, July 24). *Internet Service Provider (ISP)*. Wwww.Techopedia.Com.
- Tri Sutarsih, & Karmila Maharani. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022* (Rifa Rufiadi, Ed.). Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia.
- Wulandari, P., & Riofita, H. (2024). *Esensi Pendidikan Inspiratif PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN REPUTASI BISNIS* (Vol. 6, Issue 2). <https://journalpedia.com/1/index.php/epi/index>
- Yenty, O., Dosen, Y., Ekonomi, F., Akuntansi, J., Universitas, –, & Petra, K. (2020). PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET DALAM BISNIS. In *Jurnal Akuntansi & Keuangan* (Vol. 2, Issue 1). <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting/>