

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker A. D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*, Jakarta : Mitra Utama
- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Wibowo, A.L. & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Antony, Mayfield.2008. "What is social media?" London : iCrossing.
- Strauss, A. dan Corbin, J. (2007), *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Genelius, S. (2011). *30 Minute Social media marketing*, United States: Mc Graw Hill Companies.
- Mulyadi, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakar
- Nasrullah, R. (2020) *Media Sosial, Presfektif Komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books,
- Harinie, L.T., Santoso, F.I., Dumgair, P.P., Octaviani, R.D., Bestari, D. K., Wijaya, N. P.,....., & Yuliani, I. (2024). *Pemasaran Digital*. Infes Media.

Sumber lain

1. Jurnal

- Endri, E.P. and Prasetyo, K. (2021) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun *Brand awareness*', *Jurnal Audiens*, 2(1).

Faidlatul Habibah, A. and Irwansyah, I. (2021) 'Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), pp. 350–363.

Noti, F.B., Widodo, H.P. and Setiamandani, E.D. (2021) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Kae Thai Tea Dalam Meningkatkan *Brand awareness*', *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), pp. 33–43.

Sarastuti, D. (2017) 'Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova', *Visi Komunikasi*, 16(01), pp. 71–90.

Sari, N. R. S. N., & Budhy, A. (2014). Internet Marketing dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Universitas Sebelas Maret*,

Anas urbaningrum. (2020), Pengertian dan Pentingnya Dokumentasi dalam Penelitian; Suaradarianas.com

2. skripsi

Auni Candra Triana Putri. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dazzle Dalam Meningkatkan *Brand awareness* Melalui Media Sosial Instagram @Promodazzle.

Susanto, S., & Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoi Dalam Meningkatkan *Brand awareness*.

Putri, V. N., & Paramita, S. (2023). Strategi Komunikasi Perusahaan *Fashion* di Sosial Media dalam Meningkatkan *Brand awareness*.

Wardhana, A. W. (2021) Strategi *Social media marketing* di Akun Instagram Material Disaster

Sulaeman, M. A, (2023) Strategi Media Marketing Pada Maryjane