

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Bonita, I. (n.d.). Analisis strategi aktivitas marketing media sosial Instagram dalam meningkatkan brand awareness PT. Astra Motor Sulawesi Selatan.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.2307/1252054>
- Kleindl, B. A., & Burrow, J. L. (2005). *E-commerce Marketing*. Mason, OH: South-Western College Publishing.
- Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2013, April 19). *Direktur Utama PT KAI dapatkan penghargaan CEO inovatif untuk negeri*. PT Kereta Api Indonesia (Persero). [KAI](#)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2026, September). *Dari tiket kertas hingga satu aplikasi, 81 tahun perjalanan KAI mengubah cara masyarakat bepergian*. PT Kereta Api Indonesia (Persero). [KAI](#)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2026, September). *Dari karcis kertas hingga pindai wajah, 81 tahun KAI mengubah cara masyarakat melakukan perjalanan*. PT Kereta Api Indonesia (Persero).
- Ramadhan, H. H. (2024). Strategi media promosi @batampromotion di Instagram sebagai upaya peningkatan brand awareness di kalangan masyarakat Batam (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Syahputra, A. M., Ekantoro, J., & Fitriawardhani, T. (2025). Strategi digital marketing Laritta Bakery Surabaya dalam upaya meningkatkan brand awareness melalui Instagram @larittabakery (Skripsi). Universitas Bhayangkara Medan.