

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdussamad Z. (2021) Metode Penelitian Kualitatif. Syakir Media Press
- Aditya Wardhana (2021) Manajemen Pemasaran Dasar & Konsep. Media Sains Indonesia.
- Cangara, H. (2022). *PERENCANAAN & STRATEGI KOMUNIKASI*. PT RajaGrafindo Persada.
- Clara, C. (2024). Bab 10. Komunikasi Pemasaran Terpadu, Menciptakan Pesan yang Konsisten. Dalam *Strategi Pemasaran Mutakhir- Mengintegrasikan Teori dan Praktik* (Vol. 1, Nomor April). https://www.researchgate.net/publication/379453019_Komunikasi_Pemasaran_Terpadu_-_Menciptakan_Pesan_yang_Konsisten
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Manajemen Dan Strategi komunikasi Pemasaran. In Book.
- Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S. E. , M. M. , M. S. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: the Art of Branding, January*.
- Eka Putri D, Sudirman A, Suganda D A, Kartika D R, Martini E, Susilowati H, Trenggana, Zulfikar, Handayani, Kusuma E, Triwardhani D, Rini K, Pertiwi, Roslan H A, (2021). Brand Marketing. Widina Bhakti persada Bandung. (2021). *BRAND MARKETING* (hlm. 5).
- Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. Qiara Media. Jawa Timur
- Gunawan, I. (2013). *METODE PENELITIAN KUALITATIF Teori & Praktik*. Paragonatama Jaya.
- Moleong. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Moleong 2011. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran.
- Poppy Ruliana, P. L. (2019). Teori Komunikasi. Rajawali Pers.

Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., & Ardani, W. (t.t.). *Komunikasi pemasaran*.

Siregar. (2018). *Strategi komunikasi pemasaran*. Bandung: PT RajaGrafindo Persada.

Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*.

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suwatno. (2018). *KOMUNIKASI PEMASARAN KONTEKSTUAL*. Simbiosis Rekatama Media.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. ANDI Yogyakarta

Sumber Jurnal/Skripsi :

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>

Sumber Website :

<https://tirto.id/hypefast-soroti-tren-pertumbuhan-brand-lokal-di-indonesia-gM18>

<https://dailyappinsider.com/how-to/cara-membangun-brand-awareness-di-instagram/>