

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Gunawan Adisaputro. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk perancangan strategi pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Suharsimi Arkunto. (2016). *Penelitian tindakan kelas* (Edisi revisi). Bumi Aksara.
- Hafied Cangara. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Hafied Cangara. (2019). *Pengantar ilmu komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Djsalim Saladin. (2003). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Darmadi Durianto. (2004). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Onong Uchjana Effendy. (1989). *Kamus komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Onong Uchjana Effendy. (1990). *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy. (1993). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Onong Uchjana Effendy. (2002). *Hubungan masyarakat: Suatu studi komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy. (2003). *Human relations dan public relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Onong Uchjana Effendy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Chriss Fill. (1995). *Marketing communications: frameworks, theories and applications*. London: Prentice-Hall.
- Muhammad Anang Firmansyah. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UMSurabaya Publishing.

- Didik Hariyanto. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Philip Kotler dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran jilid 1*, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Philip Kotler dan Keller, (2009). *Manajemen pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Fajar Laksana, (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Lexy J. Moleong, (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- As'adi Muhammad. (2009). *Cara pintar promosi: murah dan efektif sebuah panduan lengkap*. Gerailmu.
- Deddy Mulyana. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Deddy Mulyana. (2004). *Komunikasi efektif: Suatu pendekatan lintasbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana. (2005). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Freddy Rangkuti. (2002). *Riset pemasaran*. Gramedia.
- Freddy Rangkuti. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan Rosady. (2010). *Metode penelitian: public relations dan komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated marketing communications*. Pustaka Pelajar.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi, Yogyakarta.
- Harini Fajar Ningrum. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.

SKRIPSI

- Dewi, Riza Ciptaning Puspita. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran melalui media instagram (Studi kasus pemasaran produk pada akun instagram@Homedia.id)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Liza Aprillia Nur Fahrani. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA BANDUNG DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KOTA BANDUNG* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- MARIO ALVRISKY MAGISTRA K. (2012). *KARAKTERISTIK PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA JEJARING SOSIAL (Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan komunikasi Pemasaran di Media Jejaring Sosial Facebook pada Akun Sunsilk Indonesia)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Indah Yulia Pratiwi. (2019). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA “KURBAN ONLINE” DOMPET DHUFA JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DONATUR SKRIPSI*. UIN walisongo, Jawa Tengah.
- Fachrul Raditya. (2023). *Strategi public relations melalui penerapan integrated marketing communication untuk meningkatkan terhadap penjualan produk pada Lavamong Coffe and Resto*. Universitas Sahid, Surakarta.
- Tri Sutrisno. (2017). *Skripsi Strategi Komunikasi Pemasaran pada Brand Awareness (studi deskriptif kualitatif pada distro sunderlike)*. Jogjakarta:

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fitri Triani. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Belwish Coffee Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Belwish Coffee Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Ahmad Rafiuddin Wahar. (2023). *KAMPANYE FORKADASC+ DALAM UPAYA MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MENJAGA EKOSISTEM SUNGAI CITARUM* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).

Wijaya, Winie Tania Dewi, Irra Chrisyanti. (2023). *Digital Marketing Communication Strategy Dalam Meningkatkan Brand Awareness KIMO Resort Pulau Banyak Aceh Singkil*.

WEBSITE

Haryanti Puspa Sari, Erlangga Djumena. (2024, 5 April). Google: Orang Indonesia yang belanja online selama Ramadhan naik 2 kali lipat, lebih tinggi dari Harbolnas. Kompas.com.
<https://money.kompas.com/read/2024/04/05/151600626/google--orang-indonesia-yang-belanja-online-selama-ramadhan-naik-2-kali-lipat> (diakses pada 3 Juli 2024)

Sarah Nurjanah. (2024). Penasaran Apa Itu Evermos? Simak Cara Kerja Evermos Ini! evermos. <https://evermos.com/home/panduan/reseller/apa-itu-evermos/?referrer=google> (diakses pada 4 Juli 2024)

Irene Didy. (2024). Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Strategi, dan Skill yang Diperlukan. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/komunikasi-pemasaran-marketing-communication/> (diakses pada 6 Juli 2024)

- Fen-Fen. (2019). Perbedaan Karakter Platform Sosial Media. Full Stop Indonesia. <https://www.fullstopindonesia.com/blog/item/30/Perbedaan-Karakter-Platform-Sosial-Media> (diakses pada 15 Juli 2024)
- Celixa Yovanka. (2021, 11 November). Karakteristik Platform Media Sosial dari Facebook sampai TikTok Stories Briefer. <https://stories.briefer.id/2021/11/08/mengenal-karakter-platform-media-sosial/> (diakses pada 15 Juli 2024)
- Ilkom-Asik. (2016). UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI. Ilkom-Asik. <https://ilkom-asik.blogspot.com/2016/11/unsur-unsur-komunikasi.html> (diakses pada 11 Agustus 2024)
- Vashty Ghassany Shabrina. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Neliti.com. <https://www.neliti.com/id/publications/328820/pengaruh-revolusi-digital-terhadap-pemasaran-dan-perilaku-konsumen> (diakses pada 8 September 2024)
- Adenisa. (2024). Ingin Meningkatkan *Brand Awareness*? Ini Panduan Lengkap 2024. Krona. <https://www.krona.co.id/ini-meningkatkan-brand-awareness-ini-panduan-lengkap-2024/> (diakses pada 2 Oktober 2024)
- Lenny Septiani. (2023). Riset: Masyarakat Belanja Online Kebutuhan Ramadan Mulai Februari. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/63bfc7b655906/riset-masyarakat-belanja-online-kebutuhan-ramadan-mulai-februari> (diakses pada 9 Oktober 2024)

JURNAL

- Riska Amelia, Moh. Edy Marzuki, Ahmad Aminudin. (2023). Efektivitas Strategi Komunikasi Relawan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Rtik) Kabupaten Pasuruan Dalam Program Umkm Go Digital Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Socia Logica*, 3(3), 300-310.

- Stella Natalia Amelia Kalalo, Silcyljeova Moniharapon, Fitty Valdi Arie. (2022). Pengaruh produk wisata, persepsi harga dan electronic word of mouth terhadap keputusan berkunjung di Camp James Remboken. *Jurnal EMBA*, 10(4b), 382-392.
- Ana Mariana, Babay Nurbani, Hulailah Istiqlaliyah. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Steam Berbasis Loose Part Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak Usia 5-6 Tahun. *TADRUSUUN: JURNAL PENDIDIKAN DASAR*, 1(2), 88-94.
- Nur'aeni, MH. Ainulyaqin., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1-4.
- Risvi Pangestu. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA*, 4(2), 161. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Subagio Budi Prajitno. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.*(tersedia di <http://komunikasi.uinsgd.ac.id>), 1-29.
- Muhammad Rizky Pramadyanto. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 69-92.
- Rafy Rizky Ramadhan, Dindin Solahudin, Dadan Anugrah. (2023). Strategi kampanye public relations pada program Rebo Nyunda di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(3), 291. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i3.24400>
- Dian Sarastuti. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 71-90.
- Syahriah Sari, Syamsuddin, Syahrul. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL

TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>

Diva Fadlan Nur Setiawan, Gamalel Rifqi Samhudi. (2024). Pengaturan Penggunaan Tempat Ibadah Untuk Kampanye Sebagai Penghapusan Politik Identitas. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 9(3), 277-286.

Susanto, Afrina Sari. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran JamTanganMatoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. SOURCE: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1540>

Eunike Jayanti Widiastuti, Yudiana Indriastuti. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital@ right. store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73-83.

Irwanda Ardhi Wijaya, Rosida Apriliana Shahirah, Margartha Evi Yuliana. (2022). Analisis Pengaruh Komunikasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 393-402.

Wijaya, Winie Tania Dewi, Irra Chrisyanti. (2023). Digital marketing communication strategy dalam meningkatkan brand awareness Kimoresort Pulau Banyak Aceh Singkil. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(3), 1798.

Jenica Sintya Winadi. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, (Onlie), 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-idhubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>)