

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiquin, M. (2023). *Teknik Branding 5.0: Tingkat Brand Awareness Di Era 5.0*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KYDeEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=buku+brand+awareness&ots=Y7PPDUVZ8r&sig=dngcg0o_xqtqo5f1o8LtZqXeKd0&redir_esc=y#v=onepage&q=buku brand awareness&f=false
- Ansori Lutfi. (2019). Proses Kegiatan Pemasaran di PT. Citra Mandiri Wiguna (Perusahaan Media Luar Ruang di Jakarta). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April).
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitati*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indilah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D. R., Ismail, R. S., Putra, D. S., & Utama, Amrin Mulia Syahputra, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Dahlawy, R. C. dkk. (2020). *BRAND, ISLAMIC BRANDING , & RE-BRANDING “Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Global.”*
- Dipta Ibrahim, A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Musisi Independen Namoy Budaya dalam Meningkatkan Brand Awareness [Universitas Multimedia Nusantara]*. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/26386>
- Dyatmika, T. (2020). *ILMU KOMUNIKASI*. Zahir Publishing.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YmM0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=komunikasi&ots=u1zh0KbfIJ&sig=GbDcfSQ-jOEsFuTLHdo8gw_neFA&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi&f=false

Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*.

https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal AKTUAL*, 16(1).
<https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>

Govoni, N. A. (2012). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Di Family Fun Karaoke Keluarga. *Dictionary of Marketing Communications*.

Hadianto, D. K. (2023). *MARKETING COMMUNICATION MIX TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE GOJEK DI JAKARTA TIMUR* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
<http://repository.stei.ac.id/10552/>

Hararap, H., & Aini, F. (2025). *PENGANTAR KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI*.
<https://edumov.ourhope.biz.id/ojs/index.php/jm/article/view/19>

HARNO, H. (2023). *Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Eksternal Pasca Pandemi Covid-19* [Universitas Muhammadiyah Jakarta]. <https://repository.umj.ac.id/17300/>

Hartono, J. (2018). Metoda Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data. In *Penerbit*

Andi.

Johannis, B. (2021). *Studi deskriptif kuantitatif psychological capital pada musisi*.

Kotler, Keller, & Chernev. (2016). Marketing Manajemen. In *Pearson Education*.

Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI

PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di

Kedai Digital 8 Solo). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 3(01).

<https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>

Nasution, A. F. (2023). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).

Nugraha, aditya gesa. (2018). PENGARUH BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, PRICE, DAN DESIGN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO 125 DI BANJARNEGARA (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP*.

Nugraha, Y. I. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2).

Pamungkas, F. T. (2018). *PENGARUH INTEGRATED MARKETING*

COMMUNICATION (MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP) TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (Studi Kasus Pada Konsumen

Pengguna Jasa Kereta Api Pemberangkatan Dari Stasiun Kereta Api Daerah

Operasi V Purwokerto) [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

PURWOKERTO]. <https://repository.ump.ac.id/id/eprint/7728/>

Pangesti, D. (2023). *IMPLEMENTASI PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING PADA UMKM MUTIA BAKERY.*

<https://repository.stiegici.ac.id/document/1247/implementasi-perhitungan-harga-pokok-produksi-dengan-menggunakan-metode-full-costing-pada-umkm-mutia-bakery>

Peoples, G. (2023). *The Ledger: Are There Really 100,000 New Songs Uploaded a Day? Maybe More.* <https://www.billboard.com/pro/how-much-music-added-spotify-streaming-services-daily/>

Putra, Y. (2020). *Aktivitas Komunikasi Marhata Sinamot Pada Budaya BATAK.* <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3519/>

Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). *Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman.* <https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93>

Qurniawati, R. S. (2018). *THEORITICAL REVIEW: PEMASARAN MEDIA SOSIAL. Among Makarti, 11(1).* <https://doi.org/10.52353/ama.v1i1.159>

Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands.*

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-fppKehBDQEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=freddy+rangkuti+piramida+brand+awareness&ots=X7YAiXj2SU&sig=jnMFMf6xUaotb0fH1RfyzzbjZ4M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ridho, M. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSIK INDIE*

MELALUI NEW MEDIA (Studi Kasus Band Kapal Udara Kota Makassar).

UNIVERSITAS HASANUDDIN.

Romdona, S., Junista, S., & Gunawan, A. (2025). *TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER.*

<https://doi.org/https://doi.org/10.61787/taceee75>

Saleh, Z. (2021). Pengembangan Potensi Diri Anak Melalui Program Kegiatan Islami Majelis Anak Shaleh Kota Parepare. *ILexy J. Meleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 1.*

Santika, E. (2024). *Pengguna Musik Streaming Global Meningkat Pesat Sedekade Terakhir.*

<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/ae33ea943998f9f/pengguna-musik-streaming-global-meningkat-pesat-sedekade-terakhir>

Zaelani, P. I., & Soleh, I. I. (2020). Kegiatan Integrated Marketing Communication UMKM Se-Bandung Raya Dalam Program SinergitaS ABCGM. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi), 1(1).*

<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2020.1.1.532>