

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat
- Aaker, David A. 1996. Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name. New York: The Free Press.
- Ahmad S.Adnanputra dalam Hifni Alifahmi, 1994.Marketing Public Relations. Lembaga Manajemen FEUI.,Jakarta
- Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2015). KOMUNIKASI PARIWISATA: Pemasaran dan Brand Destinasi. Jakarta: Kencana.
- Cherry, Colin. 1966. On Human Communication: A Review, A survey, and a criticis. Cambridge: Mass.
- Cutlip, Center, Broom, G. M., & Sha, B. L. (2013). Effective Public Relation. Horlow: Pearson.
- Gunelius, S. (2011).
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Hasbun dan Ruswanty. (2016). Komperasi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dengan Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). Journal of Business Studies, 2(1).
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Mulyana, D. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, L. J. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif (20th ed.). Bandung Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya Edisi Revisi. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Umar, H. (2013). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Rajawali Pers.

JURNAL

- Anwar , Iman Surya . (2022) . Communication strategy of the East Kalimantan government on tourism development. Jurnal Studi Komunikasi, vol. 6 NO 1 (2022)
- Buana, A. W., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2020). Strategi Komunikasi

Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Instagram. *Jurnal Riset Komunikasi*.

Dhurup, M., Mafini, C & Dumasi, T. (2014). "The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry, " *Acta Commercii* 14 (1), Art.

Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1), 134–142.

Gorda, A.N. E. S., Anggreswari, N. P.Y., & Parasari, N. S. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Terhadap Bagus Agro Plaga Resort. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(2), 245-260.

Iga Mauliga Mulitawati, Maya Retnasary. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @Ahlinyaobatmaag). Vol.4 (No.1): 24-28

Ira Dasuki1, Umaimah Wahid2 . 2020. Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19

Kelvin Rafyanda Putra . 2020 . Strategi Komunikasi Pemasaran Bobobox Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness

Putri, Fretika, Widyatmaja, I Gusti Ngurah, dan Rahyuda, Irma. (2019). „Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pengelola Manajemen Vila di Bali Coconut Living“. *Bali Universitas Udayana*. Vol. 3, No. 1.

Santoso, P. Y. dan Toruan, R. R. M. L. (2016). Strategi Marketing Public Relations dalam Rebranding HSBC Indonesia untuk Membentuk Brand Awareness. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, Vol. 1, No. 1. ISSN: 2614-8498.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

WEBSITE

<https://apjii.or.id/gudang-data/hasil-survei> (diakses pada tanggal 4 April 2023)

<https://indobuggy.com/>