

DAFTAR PUSTAKA

- Amadea, I. P., & Hernawati, R. (2023). Hubungan Marketing Public Relations Dengan Brand Awareness. *Jurnal Riset Public Relations*, 3(1), 69–76.
- Anugrahdwi. (2023, Agustus 8). Pengertian Manajemen Pemasaran, Tujuan, Beserta Contohnya. *Program Pascasarjana*.
- Azizah, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Instagram. *Jrk (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.31506/Jrk.V11i1.8434>
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019a). *Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost)*. 3(1).
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019b). Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost). *Prologia*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.24912/Pr.V3i1.6112>
- Desra. (2019, Oktober 9). *Cara Meningkatkan Brand Awareness Bisnis, Simak Tips Ini!* Jurnal.Id.
- Didik Hariyanto, D. H. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- Diko, M. A. I. M. J., & Wulandari, A. (2024). Perancangan, Implementasi Dan Evaluasi Cyberbranding Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Platform Akun Shopee Umkm ‘Merajut Asa Kita’ 2024. *Sebatik*, 28(1), 46–57. <https://doi.org/10.46984/Sebatik.V28i1.2457>
- Halvadia, N. B., & Menon, S. (2021). A Study On The Impact Of Existing And Emerging Trends In Digital Marketing On Consumer Buying Behavior. *Skips Anveshan*, 2(1). <https://doi.org/10.53031/Skips.2.1.2021.04>
- Hamzah, M., Sudaryanto, E., & Pradana Cahyo Shah Adhi, B. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Ragil Kuning)*. 1(1).
- Handayani, & Wijayanti. (2019). *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Home Industri Frozen Food)*.
- Harita, H. T. S., Marpaung, N., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming

- Marketing Tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171–184. <https://doi.org/10.55047/Jekombital.V1i2.309>
- Haryanto Mozes, Saudi Nurdwiana Sari, Anshar Muh. Ashary, Hatta Moh, & Lawalata Izaac L.D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Yume Journal Of Management*, 5(2).
- Hidayat, H. (2022, Juli 27). *Public Relation: Keterampilan, Strategi, Peran, Dan Pekerjaan*. Myrobin.Id.
- Kevin. (2020). Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Awareness Brandrockickz. *Paramita, Sinta*, 4(1).
- Kevin, K., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Awareness Brand Rockickz. *Prologia*, 4(1), 147. <https://doi.org/10.24912/Pr.V4i1.6456>
- Khibtyah, M. R., Mulyawan, I., & Kania, R. (2021). Pengaruh Video Advertising Pada Platform Digital Tik-Tok Terhadap Niat Membeli. *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar*, 12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (14 Ed.). Prentice Hall.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1 Ed.). Deepublish.
- Nandy. (2021). Pengertian Pemasaran Dan 7 Jenisnya. *Gramedia Blog*.
- Putra, I. P. D. S. S. (2022). Analisis Konten Video Iklan Pada Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Nusantara Hasana Journal*, 2(3).
- Putri, E. S. N. (2023, Desember 5). Industri Kuliner Membantu Pertumbuhan Ekonomi. *Kompasiana.Com*.
- Ramdhani, G. (2021, Desember 21). *Intip Rahasia Sukses D'besto, Punya 300 Outlet Dan Ribuan Karyawan Kurang Dari 10 Tahun*. Liputan6.Com.
- Robot. (2022). *Pengaruh Personal Selling Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Plaza Auto Serasi "Plaza Toyota Gading Serpong")*.
- Rusli, M. R. A., Sugiyanto, F., & Rahayu, M. (2023). Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Live Streaming Marketing Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kampus Darmajaya Bandar Lampung). *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 268–279.

- Sendari Anugerah Sendari. (2021, Februari 1). Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif Pada Sebuah Tulisan Ilmiah. *Liputan6.Com*.
- Statistik, B. P. (2021, Oktober 11). *Pdb Indonesia Triwulanan 2017-2021*. Bps.Go.Id.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono*. Alfabeta.
- Susanto, S., & Sari, A. (2020a). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Source : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1540>
- Susanto, & Sari, A. (2020b). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Susanto, & Sari, A. (2020c). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Sutrisno Ilham, R., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Mada Indonesia Jurnal*.
- Taufiqurrahman, Sudrajat, R. H., & Rochimah, H. A. I. N. (2023). Analisis Konten Produk Collagen Drink Brandnoera Pada Akun Tiktok @Noerabeauty Dalam Memperkuat Brand Awareness. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2259–2268.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi* (1 Ed.). Andi Offset.
- Triyono, R., Mutia Andra, Y., Purwansya Gerhaen Purwansya, Y., & Hidayati, N. (2022). Strategi Social-Interactive Marketingdalam Rangka Menciptakan Brand Awarenessdan Brand Image Produk Mobil Bev(Battery Vehicle) Indonesia. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(4).
- Widnadianti, R. (2023, Maret 6). *Apa Itu F&B? Definisi, Struktur Bisnis, Dan Tips Memulai Bisnis F&B*. Kerjoo.Com.
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (Impresi)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>

Wiza, T., & Suryawardani, B. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt.Dealpro Indonesia Tahun 2020. *E-Proceeding Of Applied Science* , 6(2).