

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. *Manajemen Ekuitas Merek*. Terjemahan Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama, 1996.
- Adi Pramono, Rendra, 'Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Satisfaction Dan Brand Loyalty Pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota Di Kota Malang (Studi Pada Pelanggan Biro Perjalanan Kirana Tour and Travel, Siluet Tours and Travel, Dan Bali P', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11.3 (2011), pp. 354–63
- Aldina Shiratina dkk. Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital, *Jurnal Sain Manajemen*, Vol. 2 No. 1, 16,
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi 2022. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Cholily, Yus Mochamad, Windy Tunas Putri, and Putri Ayu Kusgiarohmah, 'Pembelajaran Di Era Revolusi Industri 4.0', in *Seminar & Conference Proceedings of UMT*, 2019
- Chrismardani, Yustina, 'Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm', *Neo-Bis*, 8.2 (2014), pp. 179–89, doi:10.21107/NBS.V8I2.472
- Cutlip, Scott M. et al. *Effective Public Relations*, 9th ed. New Jersey: Pearson, 2006.
- Dalam, Syar I, Membangun Brand, and Image Studi, 'Nandita Naadaasa Abstrak'
- David A. Aaker, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name* (New York: The Free Press, 1991), 61.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosda Karya), cet ke-16, Hal.69, 2012
- Deti, 'Sistem Informasi Wedding Organizer Berbasis Web (Study Kasus : CV . Yakin Group)', *Sistem Informasi Wedding Organizer Berbasis Web (Study Kasus : CV . Yakin Group)*, 2018, P. 1
- Ela, Dkk, 'Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)', *CV Budi Utama*, 5 No.september(2018),pp.5–299
<https://www.academia.edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsumen_Makalah_Perilaku_Konsumen>
- Handayani, 'Bab Iii Metode Penelitian', *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5.3 (2020), pp. 248–53
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Gramedia e-Book (Pascal

Books).

- Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Keller, Kevin Lane. *Manajemen Strategis Merek*. Edisi 1. Terjemahan Sabran Jainuddin. Jakarta: Prenhallindo, 2009.
- Keller, Kevin Lane. *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson Education, 2003.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Lestari, Dwi. *Manajemen Pelayanan dalam Bisnis Jasa*. Yogyakarta: Pustaka Global Media, 2022.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press, 1992.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Rahardjo, Mudjia. *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Malang, 2010.
- Rudianto. *Strategi Pemasaran Modern: Teori dan Praktik di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2022.
- Sofian, Yudi. *Komunikasi Pemasaran: Strategi Membangun Brand Awareness di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Suriati, Samsinar S, and A. Nur Aisyah Rusnali, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2022
- Tarigan, Hendra. *Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Tarigan, Novena Allowcya Regina Caeli br., and Syahputra, 'Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Terhadap Kesadaran Merek Pepsi', *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1.2 (2017), p. 14

- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Revisi 2022. Yogyakarta: Andi, 2022
- Tulasi, Dominikus, 'Marketing Communication Dan Brand Awareness', *Humaniora*, 3.1 (2012), p. 215, doi:10.21512/humaniora.v3i1.3253
- Wawan Setiawan, 2017. *Era Digital dan Tantangannya*, (Bandung: UPI),h" 1
- Wenats, F. *Digital Marketing Strategy di Era Media Sosial*. Bandung: Cakrawala Media, 2022.
- Wicaksono, Mohammad, and Ni Seminari, 'Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand', *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.8 (2016), pp. 5098–127
- Yustina Chrismardani, 'Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm', *Neo-Bis*, 8.2 (2014), 179–89
<<https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472>>.
- Zulkifli, Andi, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Dalam Meningkatkan Brand Image CV. Dee Prima Management', 2019, p. 61