

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad Fikri, Henny Dewi Laras Ati, and Ardian Sukarson. "Peran TikTok dalam Meningkatkan Brand Awareness di Kalangan Milenial dan Gen Z." *Journal Media Public Relations* 4, no. 1 (2024): 52–57. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i1.1594>.
- Amanah, Siti. "Peranan Strategi Promosi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan." *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi* 13, no. 1 (2015): 47–55.
- Anys, Fakhruddin Azhar. *Strategi Promosi Buku Tahunan Sekolah pada Agensi MOBO Bookography dalam Meningkatkan Penjualan Tahun 2015 (The Promotional Strategy of School Annual Book in MOBO Bookography Agency to Improve Selling Point in 2015)*. Skripsi. FISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017.
- Ariyanto, Aris, Rejeki Bangun, Muhamad Rifqi Min Indillah, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, Maya Ariyanti, Euis Widiati, et al. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Udin Saripudin. Bandung: CV Widina Media Utama, 2023.
- Bahri, Syabbul. *Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam*. n.d.
- Cholil, Akmal Musyadat. *150 Brand Awareness Ideas*. Anak Hebat Indonesia, 2021.
- Darsana, I Made, Suci Rahmadani, Erni Salijah, Ahmad Yasir Akbar, Khoirun Nisa Bahri, Nani Hamdani Amir, S. Hikmah Jamil, Hotden Leonardo Nainggolan, Samuel P. D. Anantadjaya, and Arif Nugroho. *Strategi Pemasaran*. CV Intelektual Manifes Media, 2023.
- Endri, Engga Probi, and Kurniawan Prasetyo. "Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness." *Jurnal Audiens* 2, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>.
- Fadilla, Annisa Rizky, and Putri Ayu Wulandari. "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data." *Mitita Jurnal Penelitian* 1, no. 3 (2023): 34–46.
- Felik, Yohanes, Blasius Manggu, and Kusnanto. "Peran Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan: Pendekatan Strategi." *Mount Hope Management International Journal* (2024): 91–99.
- Fitrianna, Hafizh, and Derista Aurinawati. "Pengaruh Digital Marketing pada Peningkatan Brand Awareness." *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 3 (2020): 409–418.
- Tarigan, Herlina. "Brand Awareness, Brand Equity, dan Manfaatnya." *Digital*. n.d.
- Hia, Agustus Martinus, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikotjo Sri Sumartyo. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review)." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no. 2 (2022): 368–379.

- Hussin, Khairiah, and Sanil Hishan. "The Implementation of Brand Awareness Strategies to Attract New Customer to the Company." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12 (2022). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i1/12178>.
- Makbul, Muhammad. *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. 2021.
- Mona, Nailul. "Peran Copywriter dalam Membangun Brand Awareness Sarimi Puass di Instagram." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 5, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1019>.
- Mulyana, Mumuh. *Strategi Promosi dan Komunikasi*. 2019.
- Puspa Cendana, Amanda, Syamsul Bachri, and Zakiyah Zahara. "Efektivitas Strategi Direct Marketing dalam Membangun Brand Awareness Nutrisari." 9, no. 1 (2025).
- Ridder, Hans-Gerd. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.
- Risnita. "Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Tahapan Penelitian." *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 82–92.
- Rosmayanti, Melan. "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue." *Journal on Education* 5, no. 3 (2023): 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>.
- Saptadi, Ir N. Tri S., Ifah Finatry Latiep, Novi Puji Lestari, Syamsulbahri, Erwin, and Mohammad Yamin. *Manajemen Promosi Produk*. Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Selay, Arief, Gerald Dwight Andigha, Andra Alfarizi, Muhammad Izdhihar Bintang Wahyudi, Muhammad Noufal Falah, Muhammad Encep, and Mulil Khaira. "Sistem Informasi Penjualan." *Karimah Tauhid* 2, no. 1 (2023): 232–237.
- Studi, Program Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial, dan Bisnis. "Strategi Pemasaran di Era Digital dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 9 (2022): 323–332. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6655881>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sutikno, M. Sobry. *Strategi Pembelajaran*. Penerbit Adab, 2021.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022.
- Uluwiyah, Anisatun Nurul. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Kebumen: IAINU Kebumen Press, 2022.

Widjaja, Warkianto, Laode Muhamad Syahril, Mohamad Sudi, and Emmy Hamidah. "Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Brand Awareness di UMKM." *Sabajaya Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2023): 180–187. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i3.66>.