

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmaradewi, Y. (2019). *PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG PADA CAFE MAS BRO*. Universitas Semarang.
- Ayuningtyas, F., Mardani, P. B., & Putri, J. N. (2019). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Creative Strategies to Drive Brand Awareness ( Case of “ Forever Against Animal Testing Campaign ” The Body Shop Indonesia ). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(4), 1–11.
- Ayustina, L., & Dharmawan, A. (2021). *Peran Aktivasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Eksistensi PT PAL INDONESIA (PERSERO)*. 4, 120–131.
- BAB III. (n.d.).
- BAB III METODOLOGI PENELITIAN 3.1 Paradigma Penelitian. (n.d.).
- Damayanti, E., & Pamungkas, I. (2018). Konten Digital Marketing Melalui Instagram Warteg Hipster Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness. *EProceeding of Management*, 5(1).
- Durianto. (2004). *Brand Awareness (Kesadaran Merek)*.
- Fauzi, V. P., & Lubis, E. E. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 1–15.
- Galuh, W. (2018). *Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dalam Membangun Brand Awareness Biskuit Sarapan Belvita*.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga, Ed.).
- Luttrell, G. (n.d.). *The Circular Model of SoMe for Social Communication*. WordPress.Com.
- Maryolein, S., Dwina Hapsari, N., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849>
- M.Burch, A. P. (2017). *Strategic Use of Facebook to Build Brand Awareness: A Case Study of Two National Sport Organizations*.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>

*Pembahasan Lengkap Teori Kesadaran Merek menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Kesadaran Merek.* (2018, December 4). Idtesis.Com.

Permadi, A. (2020). *Analisis Sosial Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Instagram Pt. Minna Padi Aset Manajemen).*

Putra mahendra, putu andri. (2019). *Membangun Brand Awareness Objek Wisata Jatiluwih Tabanan Bali.*

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). Dasar - Dasar Public Relations. In *pengembangan dari konsep dasar Ivy Lee* (11th ed., pp. 153–154). PT REMAJA ROSDAKARYA.

STIE INDONESIA. (n.d.).

*20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli.* (2022, July 29). Pakar Komunikasi.

Asmaradewi, Y. (2019). *PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM*