

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ainurrofiqin (2021) 99 strategi branding di era 4.0 : kupas tuntas metode jitu membangun citra baik, meyakinkan pelanggan, dan membangun kesadaran merek. Yogyakarta : Quadrant.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. (2009), *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.
- Cholil, A M (2020) 150 brand awareness ideas : metode sukses dan praktis membangun kesadaran merek. Yogyakarta: QUADRANT.
- Firmansyah, A (2019) *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* Cetakan Pertama. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Milyane, et all. (2021) *Public relations* (Komunikasi Strategis, Digital dan Bertanggung Jawab Sosial). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- MURDIYANTO, Eko (2020) *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Oliver, S (2007) *Strategi Public Relations*. London : Gelora Aksara Pratama.
- Prayudi (2012) *Public relations* Stratejik. Jogjakarta: Komunikasi UPN Press.
- Qorib F (2020) *Strategi Public relations* dalam mengembangkan Pariwisata. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Cetakan ke-11. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sitepi, (2011) *Professional Public relations*. Medan: USU Press.
- Sitorus, NA, et all. (2022) *Brand Marketing : The art of branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Tjiptono (2011) *Manajemen dan strategi merek*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wasesa S, A & Macnamara (2005) *Strategi Public Relations*. Jakarta : Gramedia Pustaka utama.

Jurnal Nasional

- Budiarti R & Yanuar (2022) Strategi Komunikasi Pemasaran PaDi UMKM Membangun brand awareness melalui Media sosial Instagram <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.38>
- Chelsea A, et, all (2022) Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram <https://doi.org/10.31294/jkom.v13i2.13261>
- Dasuki & Wahid (2020) Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19 <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Resty1, Loisa et al., (2022) Analisis Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram Kopi Lain Hati <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6605>
- Yanti & Lina (2022) Strategi Komunikasi *Public relations* Dalam Membangun Brand Awareness Program Internasional <http://dx.doi.org/10.9744/scriptura.4.1.1-9>

Jurnal Internasional

- Bilgin Y. (2018), The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty, BMIJ, (2018), 6(1): 128-148 <doi:http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Ghorbanzadeh et al., (2022) Generating Destination Brand Awareness And Image Through The Firm's Social Media <https://doi.org/10.1108/k-09-2021-0931>
- Thuy & Cuu (2023) A Study of the Impact of Social Media Marketing Efforts on Brand Awareness in the Real Estate Industry in Vietnam <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20231201.13>
- Yanqiu & Chuan (2022) How can the *Public relations* Increase Brand Awareness <ttps://doi.org/10.22158/jbtp.v10n1p1>
- Wang, et all,. (2017) Marketing *Public relations* Strategies to Develop Brand Awareness of Coffee Products <https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20170503.15>

Internet

- Agustinus, A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Sosial Media (Instagram) dalam Meningkatkan Brand Awareness Kopi Kenangan. *Prologia*, 4(2), 339. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6605>
- Azzahra, F. ., & Soemardjo, H. A. . (2022). Strategi *Public relations* dalam Membangun Brand Image “Kopi Janji Jiwa” di Instagram. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 1, 203–210. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.40>
- Alvionita, Rizka. 2014. Strategi *Public relations* Dalam Meningkatkan Brand Awareness Atas Merek Genki Sushi Pada PT. Mitra Adiperkasa (Studi Kasus: Divisi Gift Voucher). Jakarta: Universitas Bina Nusantara
- Ghalisthan, A., (2023) Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Recognition (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudio). Lampung; Universitas Lampung
- Jeconiah (2022) Perancangan Kampanye Digital Agensi Virtual Youtuber Himawari. Tangerang; Universitas Multimedia Nusantara
- Kartika, Cempaka Yuni. 2017. Strategi Marketing *Public relations* PT. Mikatasa Agung Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Event Trade Expo Indonesia 2016. Jakarta: Universitas Mercu Buana Nursallam
- Rahmasari, H. &, & Lutfie, I. H. (2020). Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Aplikasi Edulogy Di Bandung Tahun 2019 Effectiveness of Instagram Social Media Marketing on Brand Awareness in Edulogy Applications in 2019. 6(1), 14–19.
- Sukma, B., & Rivaldo (2022). Pengaruh Tagline Terhadap Brand Awareness Pada Software Invoice Paper.Id. Jakarta: LSPR