

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity across Products and Markets. *California Management Review*, 38, 102–120. <http://dx.doi.org/10.2307/41165845>
- Abdullah, R. (2015). *Web Programing is Easy*. Elex Media Komputindo.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Prenadamedia Group.
- Bungin, B. (2015). *KOMUNIKASI PARIWISATA (TOURISM COMMUNICATION): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Dhurup, M., Mafini, C., & Dumasi, T. (2014). The impact of packaging, price and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. *Acta Commercii*, 14(1), 1–9. <https://doi.org/10.4102/ac.v14i1.194>
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, & Tony. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*. Rosda.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fuad, A., & Nugroho, K. S. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Malang.
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (2014). *Analisis data Kualitatif Teirj. Tjeijeip Rohidi*. UI Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i1.30>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Kulvisaechana, S. (2001). *The Role Of Communication strategies in change management process: A case study of consignia brand an business status Introduction*. University of Cambridge.

- Moleong, L. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (20th ed.). Bandung Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tumanggor, R., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome Di Kota Bandung 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 5(1), 56–64. <https://ekonomi.kompas.com>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Pers.
- Utomo, I. W. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>