

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Andrew McStay. (2016). *Marketing Communication* (2nd ed.). London: Bangor University.
- Banarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Mauliana, Ashoer, M., Hendra, D. D. T., Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design; Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Erlita Dwi Anggraeni (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok
- Evita, S. N. (2017). *Penilaian Kinerja Karyawan dengan Menggunakan Metode Behaviorally Anchor Rating Scale dan Management By Objectives*. 9, 18–32.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghilmadzhar, A., & Kurniadi, O. (2017). Kontribusi Kinerja Marketing Communication dalam Membangun Citra Perusahaan Pikiran Rakyat. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 3 (1), 82–86.
- Heidrick, & Struggles, J. E. (2009). *The Adoption of Digital Marketing Communication in Financial Services*. Bulletin of the Transilvania of Brosov.
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Heri. (2018). *Pengertian Komunikasi: Komponen, Proses, Jenis & Model Komunikasi*. <https://salamadian.com/pengertian-teori-model-jenis-komunikasi/>
- Ida Maslakhah, Sutopo (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA) Volume 6,

Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-15

- Kathleen, S., Nurmelinda, R. D., Koeswandi, T. A. L., Budiman, A., & Yusuf, I. (2021). Wardah Marketing Communication Komunikasi Strategy to Improve Brand Image During Covid-19 Pandemic. *A Social Science and Entrepreneurship Journal*, 1 (1), 29–34.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 239–253.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods Me For Business Students Eighth Edition. In *Research Methods for Business Students*. Shelly Rodgers, Esther Thorson · (2017) Digital Advertising : Theory and Research
- Solihat, M., & Mardiana, D. (2021). Marketing Communication to Improve Brand Image. *International Conference on Business Economics, Social Sciences & Humanities*.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet dan Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Talitha, W. (2020). Pengaruh Strategi Marketing Communication terhadap Brand Image PT TOKOPEDIA. *Marketing Communication the London School of Public Relations Jakarta*, 9 (2), 24–34.
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Tatik Suryani, Abu Amar Fauzib , Mochamad Nurhadic (2021). Enhancing Brand Image in the Digital Era: Evidence from Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Indonesia Vol. 23, No. 3
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Trianto, B. (2017). Pengaruh Strategi Marketing Communication terhadap Citra Perusahaan Lorin Hotel Surakarta. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1, 72–99.