

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1-20.

Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.

Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujiyanto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 377-389.

Ramadhan, D. (2020). *Strategi Media Sosial dan Creative Branding Banyumu dalam Membangun Brand Awareness* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).

Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujiyanto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 377-389.

Ramadhan, D. (2020). *Strategi Media Sosial dan Creative Branding Banyumu dalam Membangun Brand Awareness* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).

Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. M. (2018). Strategi marketing public relations dalam rebranding hsbc Indonesia untuk membentuk brand awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 1-14.

Wulandhani, I. C., & Gartanti, W. T. (2021). Strategi Creative Branding PT Pelabuhan Tanjung Priok Studi Kasus pada PT Pelabuhan Tanjung Priok (PTP Multipurpose). *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 528-532.

Wardana, G. D. (2018). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Cakewinian Dalam Membangun Brand Awareness* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).

Buku

Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York

Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*.

Kotler dan Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga

Kotler, P. dan Keller, Kevin L. (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Muhadjir, Noeng. (1998). *Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Fenomenologik, dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks dan Penelitian Agama*

Moelong, j, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.

Rahadi, D. R. (2017). *Sosial media marketing dalam mewujudkan E-marketing. KNTIA, 4*.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons

Voorveld, H. A. M. et al. (2018): *Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type*. *Journal of advertising*