

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad zuhri. (2015) “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Awareness Konsumen. Ilmu sosial dan Humainora, Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(1), 17-22.
- Hartanto, H., & Silalahi, E. (2013). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, Dan Hedonic Brand Image Dari Produk–Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 187-203.
- Otniel Chandra Tjong, R. (2021). *Strategi Social Media Marketing Instagram PT Inko Sukses Jaya untuk Meningkatkan Brand Awareness* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh iklan dan endorser terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Riset*, 1(1), 001-015.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Widodo, T., & Rakhmawati, D. (2021). Peran Brand Trust dan Brand Reputation dalam Memperkuat Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Performance Kasus pada Langit Musik. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 189-201.
- Yohana, asmara (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada café mas bro. skripsi
- Rahmantika, ahida cipta. (2019). Pilihan Bahasa dalam caption akun instagram mrssharena. skripsi