

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal :

- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A, Shone, and B. Parry (2002), *Succesfull Event Management*, London Continum, A Practical Handbook.
- Andriani Diah Fitri Ch, Widhya Utami, Gladys Greselda Gosal, (2021). Jurnal Manajemen dan *Start-Up* Bisnis Volume 1, Nomor 1, Mei 2021: 1-12.
- Belch G.E., & and Belch M.A. (2013). *Advertising and Promotion: Anintegrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Johnston, K., and Mayer, R. (2008). *Internet Marketing Strategi, Implementation and Practice, Third Edition*. United Kingdom: Pearson Education by Licensing Agency Ltd.
- Hendria, R., Ahman, E., & Novalita, D. P. (2016). Pengaruh Program *Direct Marketing* Terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package Grand Hotel Lembang*. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 4(1), 705. <https://doi.org/10.17509/thej.v4i1.1979>.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip (2000:65). *Marketing Management, (Jakarta: Pearson International Edition, 2000, Jilid I)*". United States of America.
- Kotler, Philip dan Keller, 2005. *Marketing Management, (Jakarta: Pearson International Edition, 2005)*, 298.United States of America.

- Kotler, Philip, Keller, dan K Lane, 2009. *Marketing Management, (Jakarta: Pearson International Edition, 2009), Edition 15.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education , Inc.
- Kriyantono, Rachmat.2013. "Public relations Writing". Jakarta.: Prenada Media Group.
- Melynda Dyah Kurnyawati, Srikandi Kumadji, dan Edy Yulianto (2014). Pengaruh Iklan terhadap *Brand Awareness* dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 16 No. 1 November 2014.*
- Munawir Nasir, "Kegiatan *E-Marketing* Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Muslim Indonesia, Vol. 1, No.No. 1, April 2019, Hlm.*
- Rahmelial Anisya, Widyatmini, Any Kurniawaty Yapie, UG JURNAL VOL.16 Edisi 10 Oktober 2022, Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Brand Recognition* Samsung Di Kota Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2022. *Te Power of Brands : Teknin mengelola Brand Equity dan strategi pembangunan merek*. Jakrta : PT, Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Vika Y., dkk. (2017). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan asosiasi merek terhadap keputusan pembelian handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatra Barat). *Jurnal of Economic and Economic Education, (Online), 5 (2).* ([Http://dx.doi.org/10/2202/economica.2017.5.1852](http://dx.doi.org/10/2202/economica.2017.5.1852)).

Yulistiyana, Shafira. Hubungan Publisitas Rabbit Town dengan Citra Perusahaan. Universitas Islam Bandung. Bandung. Tahun 2018.

Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi* (15th ed.). Rajawali Pers.

Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi menaklukan pasar : melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Dyah, M., Srikandi, K., & Yulianto, K. E. (2014). PENGARUH IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 16, Issue 1).

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Indri, D. (2019). PENGARUH JUS BUAH APEL TERHADAP pH SALIVA PADA SISWA/I KELAS VII SMP SWASTA TAMAN SISWA KECAMATAN SAWIT SEBERANG KABUPATEN LANGKAT. *Jurnal Politeknik Kesehatan Kemenkes RI Medan*.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts.

*Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.  
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Lady Diana Warpindyastuti, Mega Arita, Y., Apriyani, H., & Hardani, H. (2021). Analisa Brand Awareness dan Brand Association Pada Merek Minuman Haus!  
*Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2), 31–39.  
[https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).7786](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).7786)

Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, Km. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p02>

Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DINamika Sosial*, 1, 213–214.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.  
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>

Sari, E. A., & Sinatra Wijaya, L. (2019). *Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru*.

Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).

Sugiyono. (2010). Teknik Analisis Data suatu penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>

**Buku :**

Pemberdayaan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak sebagai PengembanganPotensi Usaha Kecil Warga (2021) oleh Pantri Heriyati.

Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran, Dr. Sudaryono 2014.

**Website :**

<https://desty.menu/>

<https://herballife.com/>