

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- dkk, B. P. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- keller, k. &. (2013). *Strategic brand Management, building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Person education.
- Mujib, S. d. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mustafa, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olah Raga*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Sosial Media*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communications*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rukin, D. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekiawan Indonesia.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Zhong, X. Y. (2005). *A study on the relationship between public relations and brand strategy*. Diva Portal.
- keller, k. &. (2013). *Strategic brand Management, building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Person education.

JURNAL

Kurnia, Novi. (2005). Mediator. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*, Vol6, No.2, 291-296.

Gafar, Abdoel. (2008). Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi. *Pengguna Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran*, Vol.18, No.2, 36-43.

Praschita, dan Giantari. (2019). E-Jurnal Manajemen. *Peran Brand Awareness dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitutde*, Vol.8, No.2, 8016-8046.

INTERNET

Taqwa, Yuniman. (2020, February). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. 8 Maret 2021, dari Pelakubisnis.com: <http://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/>

Wijayanto. (2020, Januari 14). *Gayya Hidup Milenial Dongkrak Industri Kosmetik*. 09 Marte 2021, dari JawaPos.com; <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/14/174764/gaya-hidup-milenial-dongkrak-industri-kosmetik>

Alvina, Miza. (2020, Oktober 30). *Spire Insight; Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. 12 April 2021, dari TechnoBusiness: <https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>