

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, M. (2010). *Analisis Brand Image Terhadap Jumlah Mahasiswa Pada Akademi Pariwisata Makassar* [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR].
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/1382-Full_Text.pdf
- Aprilia, L., Candraningrum, D. A., & Pandrianto, N. (2019). Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project). *Prologia*, 3(1), 177.
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6236>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asep Hadi Ismanto. (2019). *STRATEGI BRANDING PERUSAHAAN CHOCODOT (Analisis Deskriptif pada PT. Tama Cokelat Indonesia)*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bilson, S. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Crainer, S., & Dearlove, D. (2003). *The ultimate book of business brands: Insights from the world's 50 greatest brands*. United Kingdom: Capstone.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan T. S. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eliasari, P. R. A., & I Putu Gde Sukaatmadja. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intension. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6620–6644.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi.

- Gelder, S. . (2005a). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Gelder, S. . (2005b). *Global Brand Strategy*. Kogan Page.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- John W. Creswell. (2008). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating, Quantitative and Qualitative Research* (3rd ed.). New Jersey: Pearson.
- Keller, K. L. (1993). *Conceptualizing, measuring, and managing customer based brand equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Knapp, D. E. (2001). *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Andi.
- Knapp, D. E. (2010). *The Brand Mindset*. Andi.
- Kotler, P, & Keller, L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Manik Megasari, C., & Siregar Marakali, O. (2022). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Miles, B. M. & M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ramdhan, D. M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Richard, Mitchell., K. H. & B. Q. (2013). Brand management in small and medium-sized (SME) retailers: A future research agenda. *Journal of*

Marketing Management, 29(11–12), 1367–1393.

<https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.798672>

Ridwan. (2004). *statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/ Swasta*. Bandung: Alfabeta.

Riris Mey Rahayu. (2017). Membangun Brand Awareness pada Usaha Mikro kecil dan menengah Riris Mey Rahayu Universitas Trunojoyo Madura. *Journal Of Management Studies*, 2, 226–243.

Sara, R. V. A. (2018). *STRATEGI PROMOSI DIVISI MARKETING KOMUNIKASI BANDUNG MAKUTA (Studi Deskriptif mengenai Strategi Promosi Divisi Marketing Komunikasi Bandung Makuta dalam Membangun “Brand Awareness” di Kalangan Konsumennya)*. UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG.

Sasmita, J., & Mohd Suki, N. (2015). Young consumers’ insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 43(3), 276–292. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2014-0024>

Schultz, D.E. & Bames, B. . (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. NTC Business Books.

Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.

Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.

Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013a). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B., & Wijanarko, H. (2004). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Tjiptono, F. (2014). *Branding Dan Brand Longevity di Indonesia*. Andi.
- Tuckwell, K. J. (2017). *Integrated Marketing Communications: Strategic Planning Perspective* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.
- wasesa, S. A. (2011). *Political Branding dan Public Relations*. Gramedia Pustaka Pratama.
- Witrie Nuringtyas Gita A, H. B. A. (2020). Strategi Peningkatan Brand Awareness Yang Dilakukan Oleh Le Minerale Selama Masa Pandemi Covid-19. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 168–177.
<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.754>