

DAFTAR PUSTAKA

- Andata, C. P., Iflah, Kurnia, & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness "Somethinc" Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 84-92.
- Annisya, V. (2019). Strategi Marketing Public Relations d'BestO Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 377-384.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya Volume 1, Number 2, Juni 2020*, 195-211.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi Vol.14 No. 1*, 32-41.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 13-23.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 217-228.
- Lintang, D. M., & Sari, D. (2022). Pentingnya Membangun Branding di Kanal Online. 1-20.
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Memabngun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Grande Volume 07 No 01*, 19-41.
- Mawardi, M. K. (2022). *Strategi UMKM: membangun Brand Awareness UMKM Kuliner Melalui Digital Marketing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. DI Yogyakarta: Deepublish.
- Priangani, A. (2023). Mempertkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No 4 Juli 2023*, 1-9.
- Ramdan, A. K., Rismawan, F. R., Wiharnis, N., & Safitri, D. (2019). Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas_id Dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel. *Inter Komunikas: Jurnal Komunikasi Vol. 4 No. 2*, 104-115.

- Saputri, S. D. (2021). Faktor Pengaruh daya Tarik Visual Brand Organicup Terhadap Brand Awareness Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, 20-28.ra
- Yutama, M. S. (2018). Analisis Strategi Membangun Brand Awareness E-Commerce Shopee Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 1*, 1-10.