

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Anang, (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Riyanto, Andi Dwi, (2024). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. Diakses pada 19 Mei 2024 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Sudirman, Acai, (2022). *Brand Marketing : The Art Of Brand Marketing*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.
- Manullang, Rosalinda, dan Syifah Syariah, (2023). *Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*.
- Maryolein, Shintadevy, Nadya Dwina Hapsari, dan Rani Chandra Oktaviani, (2019). *Insagram sebagai Media Publikasi dalam membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium, Avant Garde*.
- Putri, Dian, Sukmawati Mardjuni, dan A. Arifuddin Mane, (2023). *Peran Media sosial dalam membangun Brand Awareness terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kuantitatif mahasiswa baru Universitas Bosowa Tahun 2022)*. *Indonesia Journal of Business and Management*.
- Rahayu, Riska Andri. (2022). *Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Instagram*.
- Sonani, Nia, dan Angga Pramadista Sudrajat, (2023). *Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awarenesses*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- PT. DWI SUMBER ARCA WAJA, (2015). Diakses pada 05 Januari 2024 dari <https://www.ptdsaw.co.id>