

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonsius Efraim Dikky, Mas'Amah, & Silvania S.E. Mandaru. (2020). Implementasi Komunikasi Pemasaran Tentang Citra Merek Brizzi sebagai Uang Elektronik PT. Bank Rakyat Indonesia, TBK Cabang Kupang. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* , 9, 1523–1532.
- Ambar. (2017, June 8). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. Pakarkomunikasi.Com.
- Anang Firmansyah. (2020). *komunikasi pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Andi Dwi Riyanto. (2024, February 21). *Indonesian Digital report 2024*. Hootsuite.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi .*Tirtayasa Ekonomika* , 12(2), 212–231.
- Cindy Mutia Annur. (2024, February 21). *10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024)*. We Are Social .
- Dentinus Yosep Priyanto. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan *E-Journal Universital Atma Jaya Yogyakarta*.
- Diana Anggraeni, Vladya Giana Tasha, & Rosmalia Ahmad. (2023). Implementasi Komunikasi Pemasaran PT. DSP dalam Mempertahankan Konsumen. *WARTA Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* , 6, 48–57.
- Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S. E. , M. M. , M. S. (2020). Brand Image dan Brand ABRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS. In *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- fabian chandra. (2021). *social media marketing* (nusa, Ed.; 1st ed.). DIVA Press.
- Gerardus Blokdyk. (2020). *Brand Image a Complete Guide*. 5STARCOOKS.
- Iga Mauliga Mulitawati, & Maya Retnasary. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui akun Insatagram @AHLINYAOBATMAAG). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial* , 4(1).
- Jefferly Herlian. (2020). *Bisnis Modal Gratisan Hasil Jutaan* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo .
- John W Chreswell, & J advid Creswell. (2018). *reserch design* (5th ed.). Sage publication .
- Kenneth E Clow, & Donald E Baack. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition* (9th ed.). Pearson International Content.
- Muhammad Rakib. (2022). *strategi pemasaran bisnis*. CV Media Sains Indonesia .

- Nikous Soter Sihombing, Erwin Pardede, Anton Sihombing, & Nowell Dewantara. (2022). *Pemasaran Digital* (Muh. Rezky Naim, Ed.; 1st ed.). CV. Pena Persabda .
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang. *Jurnal Bina Manajemen* , 9, 17–29.
- Philip, & Kotler. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). pearson education.
- Pingkan Wangko, & Oktaviana Purnamasari. (2023). Implementasi Komunikasi Pemasaran Kopi Lima detik dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1.
- Rachmat Kriyantono. (2020). *Tenik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. kencana.
- Rita, SE. , M. S. (2018, March 27). Brand image. *Binus University Business School*.
- Robert K. Yin. (2014). *Desain dan Metode Penelitian Studi Kasus* (5th ed.). sage.
- sartika. (2018). implementasi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image pada hotel premiere pekanbaru. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah* , 12.
- Tracy L. Tuten. (2021). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications.
- Valentino Ramayoga Alvarhesa. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS WBX STUDIO). *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 3(2).
- We Are Social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Repot*.