

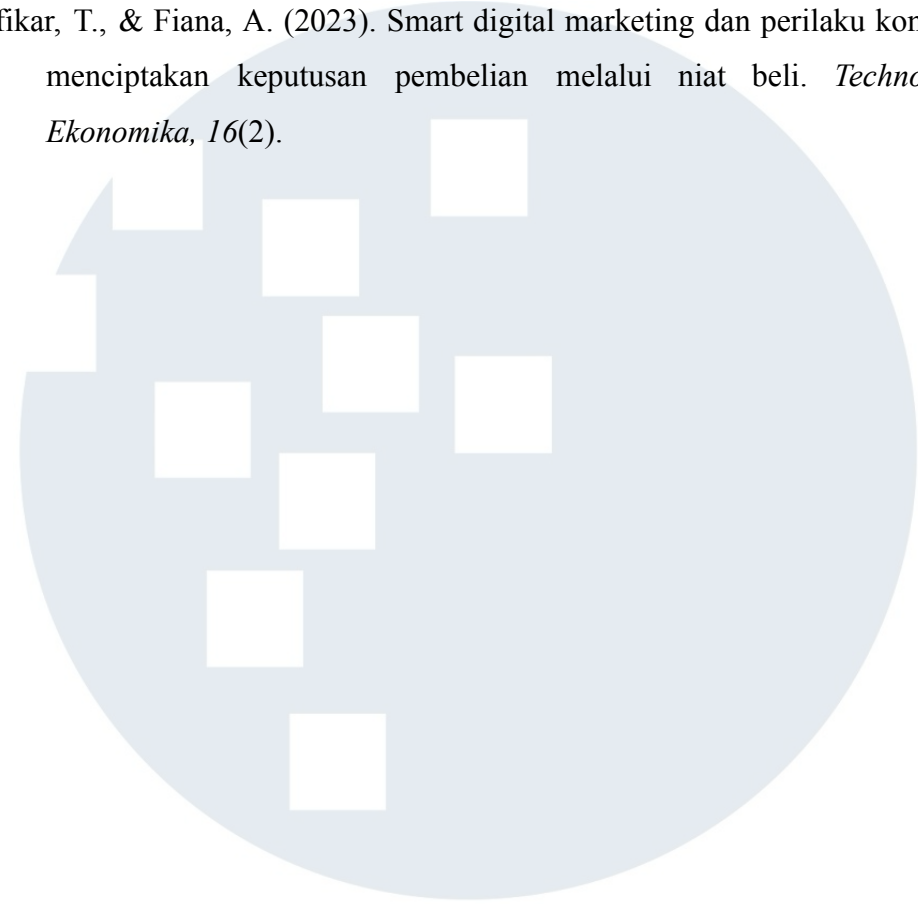
DAFTAR PUSTAKA

- About Drinks. (2022). *Evian launches “Drink True” campaign to promote authenticity and healthy lifestyle*. AboutDrinks.com. <https://www.about-drinks.com/en/evian-launches-drink-true-campaign/>
- Alamsyah, R., & Harahap, F. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian pada produk FMCG di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 123–136.
- Ati, N. I. T., Amaliatul F., & Nurdiani, T. W. (2025). Studi kasus customer engagement dan content planning dalam manajemen pemasaran PT Akademi Smart Indonesia. *Journal of Indonesian Management*, 5(3), 2996. <https://doi.org/10.53697/jim.v5i3.2996>
- Ayman, U., & Kemal, A. (Eds.). (2020). *Promotion and Marketing Communications*. Open Educational Resources Universitas Airlangga.
- Campaign Asia. (2021). *How Danone-AQUA strengthens sustainability messaging through #BijakBerplastik*. CampaignAsia.com. <https://www.campaignasia.com/article/how-danone-aqua-strengthens-sustainability-messaging/469829>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (6th ed.). Taylor & Francis Group.
- Harita, B. N. W., Handini, I. R., Syahlom Putri, T. S., & Pradana, D. S. (2025). Perilaku konsumen dan digital marketing: Menyelami dinamika dunia konsumsi era digital. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 6(2).

- Jurnal Strategi Komunikasi. (2025). *Pesan inti dan strategi komunikasi organisasi* (Vol. 2 No. 3). Repository BSI.
- Kamila, S. S. H., Zahrah, H., Pitria, R., & Khairan, R. (2025). Analisis strategi pemasaran digital terhadap loyalitas konsumen. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2310–2318.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*.
- Kojongian, P. J. C., Karo Karo, P., Ardiansyah, M., Sutopo, S., Sudianto, S., Kurniawan, S. A., Nona, R., Krisnawati, L. H., Rosyada, M., Ningsi, N., Hidayat, F., & Hasirah, H. (2025). *Digital marketing*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Marketing Interactive. (2023). *VIT targets young consumers with #SiapGasPol digital lifestyle campaign*. Marketing-Interactive.com. <https://www.marketing-interactive.com/vit-targets-young-consumers-with-siapgaspol-campaign>
- Mawuntu, S. B., & Aotama, I. (2022). *Pemasaran digital: Strategi dan taktik*.
- Mubarok, M. N., Apriani, R. A., Adibah, N. R., & Pradana, D. S. (2025). Analisis perilaku konsumen dalam strategi digital marketing: Studi literatur. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 6(2).
- Owais, M., Zaman, S., & Alam, S. H. (2025). Impact of digital marketing strategies on brand image, consumer engagement, purchase intention, and loyalty. *Journal for Social Science Archives*, 3(1), 945–961.
- Priraprianti, P., Kuraesin, E., & Eldine, A. (2025). Brand awareness in retail terhadap consumer purchase intention (Studi kasus pada produk Belsoap). *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).

- Rahmasari, A. P., Finansa, C. H., & Aisah, J. F. (2025). Penerapan model SOSTAC dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran pada UMKM minuman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 34995–35006.
- Rahmawati, R. (2025). Analisis implementasi pemasaran digital dalam meningkatkan kinerja promosi usaha. *Economina*, 4(6).
- Roberts, J. (2016). *Writing for strategic communication industries*.
- Susanti, D. E., & Fikriyah, K. (2025). Implementasi strategi komunikasi pemasaran digital jasa menggunakan model SOSTAC ditinjau dari pemasaran Islami. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v7i1.8060>
- Susanti, E. (2021). Implementasi strategi digital marketing menggunakan model SOSTAC pada pengembangan promosi UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(2), 85–97.
- Susanto, M., Indraputra, P. H., & Permata Jelita, P. M. (2025). Strategi kampanye komunikasi pemasaran EduBridge menciptakan brand recall siswa dalam ketertarikan studi keluar negeri. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(3), 1473–1479.
- Wardhana, A. (2024). *Brand management in the digital era – Edisi Indonesia*. CV. Eureka Media Aksara.
- Wilson, L. J., Ogden, J. D., & Wilson, C. E. (2023). *Strategic communications for PR, social media and marketing* (8th ed.). Kendall Hunt.
- Yani, S. J. F., Siregar, M. E. S., & Krissanya, N. (2025). Optimalisasi digital marketing dengan metode SOSTAC untuk meningkatkan penjualan bawang goreng merek “Dapoer Yasmin”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 20062–20068. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.29538>

Zulfikar, T., & Fiana, A. (2023). Smart digital marketing dan perilaku konsumen menciptakan keputusan pembelian melalui niat beli. *Techno-Socio Ekonomika*, 16(2).



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA