

DAFTAR PUSTAKA

a. Sumber dari Buku

- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- David A. Aaker. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. h. 92
- Faisal, S. (1982). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Fitria Ajeng Sulistyowati. (2010). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Brand Attitude Produk Pureit dari Unilever*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. h. 2-3
- Fuchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pittta, D.A., Katsanis, L.P. (1995). *Understand Brand Equity for Successful Brand Extension*. Journal of Consumer Marketing 12 (4). h. 51
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Keith A. Quesenberry. (2019). *Social Media Strategy : Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. United Kingdom: Rowman & Littlefield
- Lloyd C.Harris, Philip Kotler, Gary Armstrong, Hongwei He. (2020). *Principles of marketing*. United Kingdom: Pearson.

b. Sumber dari Internet dan e-journal :

- Reza Pahlevi, Penetrasi Internet di Indonesia (2018-2022), oktober 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022#:~:text=APJII%3A%20Penetrasi%20Internet%20Indonesia%20Capai,%2C02%25%20pada%202022%20%7C%20Databoks>
- Sari Aprina, Strategi Komunikasi Pemasaran @Yu.Case.Itmelalui Media Instagram, November 2022, http://repository.radenfatah.ac.id/16372/1/SARI%20APRINA_1657010193.pdf
- Agung Prakosatama, Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Kursus (Ifi) Dalam Menarik Minat Pelajar Di Kota Surabaya Untuk

- Mempelajari Bahasa Prancis, Juni 2022, <http://repository.untag-sby.ac.id/813/9/JURNAL.pdf>
- Andi Dwiriyanto, Data Digital Indonesia Tahun 2022, mei 2022, https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=all&lgn_method=google
- Oryz Agnu Dian W, Fiby Nur Arfina, Trias Bratakusuma, Zanuvar Rifai'I, STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI HOMPIMPAA.ID DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL, April 2022, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse/article/view/11796>
- Denny Prawibowo, Oktaviana Purnamasari, STRATEGI KEMENTERIAN PARIWISATA INDONESIA DALAM BRANDING WONDERFUL INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL, April 2022, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/download/3893/2890>
- Dhealda Ainun Saraswati dan Chatia Hastasari, Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement, April 2022, <https://ejournal.unair.ac.id/BIOKULTUR/article/view/22980>