

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. In *Jakarta: PT Rajagrafindo Persada* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124–139.
- Ifada, H. S. N., Wati, A. P., & Afifi, A. Y. (2022). Representasi Warna Kulit Perempuan Ideal dalam Iklan K-Natural White Brightening Body Versi Agatha Chelsea. *Jurnal Audiens*, 3(4), 228–238. <https://doi.org/10.18196/JAS.V3I4.14523>
- Islami, D., Nurusholih, S., & Andrian Barlian, Y. (2019). *Perancangan Promosi Destinasi Wisata Edukasi 'Bird Dan Bromelia Pavilion' Lembang Design Brand Image And Brand Communication Junior Vegeblend 21 Product*. 6(2)(2), 806–818.
- Kertamukti, R. (2015). Strategi kreatif dalam periklanan. In *Jakarta: Raja Grafindo Persada* (2nd ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Laksono, Y. T. (2023). Analisis Brand Communication Sebagai Peningkatan Local Product Placement Oleh Creativepedia. *Sintesa*, 2(02), 93–112.
- Laurienzia, B., Goenawan, F., & Yogatama, A. (2021). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Elemen Brand Somethinc. *Universitas Kristen Petra*, 9(2005), 1–12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11490>
- Nuhadriel, Y., Japiana, M., & Keni. (2021). Pentingnya Brand Communication, Brand Experience, Dan Brand Image Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Pada Ritel Furnitur: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 264–277. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4075>

- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis* (1st ed.). UB Press.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial. In *Bandung: CV Pustaka Setia* (1st ed.).
- Sari, D., Romadhan, M. I., Made, N., & Pratiwi, I. (2023). *dalam Membangun Brand Awareness Melalui Akun Instagram pada Cafe Sisa Rasa di Surabaya*. 316–321.
- Sugijama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1–14.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 99.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=uUIIujUAAAAJ&citation_for_view=uUIIujUAAAAJ:ns9cj8rnVeAC
- Wijayanty, H. A., Hetami, A. A., & Arsyad, A. W. (2023). Brand Communication Batik Kuntul Perak dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran dan Kepercayaan Konsumen. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–11.