

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, DA (1991) *Mengelola Ekuitas Merek*. The Free Press, New York.
- Aaker, DA (1992) The Value of Brand Equity. *Journal of Buisness Strategy* 13 (4):27-32.
- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen ekuitas merek* (Edisi 1). Jakarta: Mitra Utama.
- Agung, N., Darma, G. (2019). Oppurtunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Adventege, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(1), 743-747.
- Arikunto, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arnus, S. H. (2018). Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah. *Jurnal Dakwah*, 19(2), 191-203.
- Ananda Yulianti Dewi, F. B. (2025). STRATEGI OPTIMALISASI CONTENT MARKETING DAN META ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Sosial dan Sains (SOSAINS)*, 623-634.
- Anisyahrini Rini, B. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PRofesi Humas*, 237-254.
- Azwar, Syaifuddin. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Bachtiar, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui trigulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan* , 50.
- Baihaqi, S. A. (2025). Pengaruh Digital Marketing melalui Meta Ads terhadap Brand Awareness UMKM Kopi. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia (JPTI)*, 1043-1051.
- Banjarnahor, Astri Rumondang, dkk. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Barry, T. E., & Howard, D. J. (1990). A Review and Critique of the Hierarchy of Effects in Advertising. *International Journal of Advertising*, 9(2). 121-135.

- Bernard, H. R. (2002). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches* (3rd ed.). Walnut Creek, CA: Altamira Press.
- Blythe, J. (2006). *Principles and practice of marketing* (3rd ed.). SAGE
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (edisi ketiga, Vol.3). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Creswell, John W, (2014), *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Dana P. Turner, (2020). "Sampling Methods in Research Design." *The Journal of Head and Face Pain*, 60(1), 8-12.
- Darmawan, Deni. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Rosda.
- December, J. (1997). *Notes on defining of computer mediated communication*. *Computer-Mediated Communication Magazine*, 3(1).
- Denzin, Norman K., & Lincoln, Yvicon. (2018). *Handbook of Qualitative Research (Fifth Edition)*. London: Sage Pub
- Denzin, Norman K., Yvona S. Lincoln (2019), *Handbook of Qualitative Research Edisi Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Durianto, dkk, 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dutta, S., Arivazhagan, R., Sengupta, S., B, S., & Edwin, T. S. (2024). Unlocking Online Success: The Crucial Role of Meta Ads Manager In Elevating Content Reach And Engagement For Market Penetration In Digital Marketing Agency. *Journal Of Business Strategy Finance And Management*, 06(01), 38-55. <https://doi.org/10.12944/JBSFM.06.01.04>
- Ferdiansah, R. W. (2025). Efektivitas Penggunaan Google Ads dan Meta Ads pada Keputusan Pembelian Publikasi Buku di Greenbook Publishing. *Journal of Economics and Business*, 1069-1088.
- Feri Sulianta. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantasi Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Firmansyah, D., Hakim, M, M., & Nugroho, F. A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengguna pada Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 14(2), 119-130. <https://doi.org/10.14710/jmasif.14.2.59214>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gil-saura, I. R.-o. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 1-11.
- Gunawan P, M., & Rosita, F. (2023). Strategi Manajemen Kurikulum Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 339-347.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* .Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Hughes, D. L. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 1-38.
- Irvina Anggraini (2020). Mekanisme Penerbit Indie Dalam Menghadapi Persaingan Dunia Penerbitan di Kota Yogyakarta. Skripsi Thesis, Universitas Airlangga
- Kanita, Maya (2019) *Strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan buku penerbit Erlangga di Kota Palangka Raya*. Undergraduate thesis, IAIN Palangka Raya.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edition). Pearson Education.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Prentice Hall.

- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Lavidge, R. and Steiner, G. (1961) A Model of Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25, 59-62.
- McQuail, Denis ; Putri Iva Izzati (2011). *Teori Komunikasi Massa* Mcquail Buku 1.
- Marliana, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Trans TV dengan Menggunakan Meta Ads dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 19-23.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco, CA: Wiley.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Riadi, Edi. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Saladin, Djaslim, (1999), *Industri Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Penerbit Linda Karya.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

- Sonny Kusumasondjaja (2020) Exploring the role visual aesthetics and presentation modality in luxury fashion brand communication on Instagram. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*; 24 (1): 15-31
- Soemanagara, R. (2016). *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sorokina N.U. (2014) *Concept of strategic development management as a direction of modern regional economy*. URL: <http://cyberleninka.ru/article/>.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & Kombinasi CV ALFABETA*.
- Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London: Sage.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. *Widya Cipta*, 2(2), 271-278.
- Waluyo, Djoko. (2018). "Makna Jurnalisme dalam Era Digital : suatu Peluang dan Transformasi." *Diakom*, vol. 1, no. 1
- Watie, E. D. S. (2011). *Komunikasi dan media sosial (communication and social media)*. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

Yin, Robert. K. (2018). *Case Study Research and Applications Design and Methods* (Sixth Editions). Singapore: SAGE Publications, Inc.

Yusa, (2016), *Aktif dan Kreatif Belajar Biologi*, Bandung: Grafindo Media Pratama, hlm. 4

Zakaria, M. Askari, Dkk. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development*. Sulawesi: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.

