

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (2020). *Brand Portofolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. Free Press.
- Akbar, M. F., Ati, H. D. L., & Sukarson, A. (2024). Peran Tiktok Dalam Meningkatkan *Brand awareness* milenial dan Gen Z. *Jurnal Media Public Relation*, 4.
- Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. N. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah>/<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- APJII. (2023). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*.
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Arman, S. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Petunjuk Penelitian dan Penulisan Laporan*.
- Atun Mumtahana, H., Nita, S., & Winerawan Tito, A. (2017). *khazanah informatika Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika Pemanfaatan Web E-commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran* (Vol. 3, Nomor 1).
- Azizah, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng SS Dalam Meningkatkan *Brand awareness* Konsumen Melalui Instagram. *Journal Riset Komunikasi*. <https://doi.org/10.31506/jrk.v1i1>
- Bella, J. A. V., Widiyani, R. F., & Ekantoro, J. (2021). *Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas_Indonesia melalui #IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0* (Vol. 8, Nomor 2).

- Burkholder, G. J., Cox, K. A., Crawford, L. M., & Hitchcock, J. H. (2020). *Research design and methods: An applied guide for the scholar-practitioner* (2nd ed.). SAGE Publication.
- Chaffey, D. (2022). *SOSTAC Marketing Planning Model Guide. Smart Insights*. .
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing : Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing*. (6th ed.). Roytledge.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003009498>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.
- Dataindonesia.id. (2024). *Kumpulan Data Seputar Perkembangan E-commerce di Indonesia pada 2023 dan 2024*. www.DataIndonesia.id
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition 2*. Sage.
- Desai, V. (2019). *Digital Marketing : A Review*.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). *Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19*.
- Elvera, A., & Astarina, Y. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun *Brand awareness*. *Jurnal Audiens*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (T. Qiara Media, Ed.; Tim Qiara Media). Penerbit Qiara Media.

- Godin, S. (2019). *This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See*. Portfolio.
- Hadi, W. R., Primadani, B., & Putri, S. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Omme Event Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Awareness Masyarakat Di Era Pandemi*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201217/9/1332480/survei-lipi-lebih-dari-70>
- Hanlon, A. (2020). *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration* (Second Edition). SAGE Publication.
- Harahap, Y. A., & Sazali, H. (2024). Digital Marketing Tiktok Affiliate pada Pemasaran Produk Fashion. *R2J*, 6(5). <https://doi.org/10.38035/rj.v6i5>
- Hariyanto, D. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PERS.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Jaya Kusuma, R., Duku, S., Harun Yahya, A., Dakwah dan Komunikasi, F., & Raden Fatah Palembang, U. (2023). *Analisis Penyajian Iklan Di Media Online Tribun Sumsel.Com*. 01(02).
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M. D., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Kertajawa, H., & Setiawan, I. (2020). *Marketing 5.0: Tecnology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Listiyaningsih, L., & Sutarso, J. (2023). *Pemanfaatan Instargam Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand awareness Pada Rubylicious Solo*.
- Mediana, S., & Pamungkas, I. N. A. (2023). *Pesan Komunikasi Pemasaran Digital Melalui E-commerce Pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan*.

Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi, 8(3), 485–497.
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.73>

Mulac, A., Mathiesen, L., Taxis, K., & Gerd Granås, A. (2021). Barcode medication administration technology use in hospital practice: A mixed-methods observational study of policy deviations. *BMJ Quality and Safety*, 30(12), 1021–1030. <https://doi.org/10.1136/bmjqs-2021-013223>

Nasrullah, R. (2022). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media.

Noviana, F. D., & Fitriawati, D. (2020). *Strategi Marketing Komunikasi Forum Komik Bandung dalam Membangun Brand awareness*. 8(2), 73–78.
<https://doi.org/10.30659/jikm.8.2.73-78>

Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran : Pemasaran sebagai gejala komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. .

Pramusinta, B. D. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Coffee Marroan” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *JIMSIPOL*, 2, 1–15.

Resty, D., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2022). *Analisis Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi dalam Membangun Brand awareness melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram Kopi Lain Hati)*.

Rudi, L., Ode Mulyana, W., Shofa, N., & Akbar Yaqub, M. (2024). Pelatihan Media Pembelajaran Barcode Scan Berbasis Quick Respon (QR) Code Bagi Calon Tenaga Pendidik Jurusan Pendidikan Kimia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JAPIMAS)*, 3(1), 2963–8836.

Saldaña, J. (2021). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* .

Shahid, Z. (2017). Journal of Marketing and Consumer Research
www.iiste.org ISSN. Dalam *An International Peer-reviewed Journal*
(Vol. 33). www.iiste.org

- Statista.com. (2024). *E-commerce Indonesia*. Statista.com.
<https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/indonesia>
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*.
- Sukoco, A. S. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Apliednya*. PustakaAbadi.
- Suyaningsih, S., & Ningtias, A. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital Produk Skincare Scarlett Whitening dengan Brand Ambassador EXO. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 1074–1082.
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i3.9620>
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index Kategori Barcode scanner Tahun 2024*. Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=subcategory&tbi_find=BARCODE%20SCANNER
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan *Brand awareness*. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Winarko, H. B., Sihabudin, A., & Dua, M. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL TERPADU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)* (Vol. 58).