

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *Journal of Marketing*, 56. <https://doi.org/10.2307/1252048>
- Arini, D. P., & Indriani, F. (2022). PENGARUH BRAND CONCEPT, BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP BRAND EQUITY SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK DISTRO HOUSE OF SMITH SEMARANG. (Studi Pada Konsumen Distro House of Smith Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Asilah, H. N. (2024, September 30). *Ekspresikan Diri, dan Tumbuhkan Percaya Diri dengan Self Foto Studio*. Majalah Online STFI.
- Aurellia, S., & Oktavianti, R. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness Pembeli di Perusahaan Retail*.
- Banjarñahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Purba, S., Maulina, Ashoer, M., Hendra, D. D. T., Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis. <https://www.researchgate.net/publication/350955335>
- Chariris, M. (2024, Januari 26). *Tren Self Photo Studio, Jadi Pilihan Kaum Introvert untuk Abadikan Momen Berkesan*. Jawa Pos .
- Daniera, D. (2023, Mei 30). *Menjamurnya Self Photo Studio, Punya Fasilitas Proyektor Estetik hingga Sky Box*. Liputan 6.
- Dika Sibuea, F., Cahyo Shah Adhi Pradana, B., & Ekoputro, W. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram @Photose.id Dalam Membangun Brand Awareness*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.
- Fitri, S. M., & Utomo, A. P. (2022, Agustus 16). *Self Photo Studio, Konsep Foto Unik ala Korea yang Digandrungi Kalangan Muda Semarang*. Kompas.com.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Istiqomah, A. (2020). *Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban*. 2(1), 2503–3204. <https://doi.org/10.21580/jpw.2020.2.1.3633>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing: Global Edition* (14 ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management* (14E ed.). Prentice Hall.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, A. P. (2025, Februari 19). *Memahami Generasi Z: Karakteristik, Kebiasaan, dan Pengaruhnya di Era Digital*. fimela.com.
- Porcu, L., Del Barrio-García, S., & Kitchen, P. J. (2012). How integrated marketing communications (IMC) works? A theoretical review and an

- analysis of its main drivers and effects. *Communication and Society*, 25(1), 313–348. <https://doi.org/10.15581/003.25.36183>
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Komunikasi*.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Dadan Suganda, A., Dewi, R., Martini, K. E., Susilowati, H., Bambang, A., Ferlina, M., Trenggana, R., Zulfikar, T., Handayani, G., Putu, E., Kusuma, D., Triwardhani, K., Rini, W., Nur, B., Pertiwi, A., & Harli, R. (2021). *BRAND MARKETING*. Widina Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com
- Ramadhaniyah, U., Cahyo Adhi Shah Pradana, B., & Ekoputro, W. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS THINGS ABOUT THEM. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Januari, 02(01)*. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. ::*Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*. <http://repository.uin->
- Smith, P., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications : Integrating offline and online social media* (5 ed.). Kogan Page.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Susanto, & Sari, A. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JAM TANGAN MATOA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Komunikasi*. <http://jurnal.utu.ac.id/jsource>