

DAFTAR PUSTAKA

- Banjarnahor, A. R., Purba, B., & Sudarso, A. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. ISBN: 978-623-342-039-6.
- Darojat, A. R., & Lestari, W. D. (2024). *Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening* (Studi pada produk pakaian dalam pada platform TikTok). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(4).
- Dewi, P. R. A., Joni, I. D. A. S., & Pradipta, A. D. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu The Kayon Jungle Resort dalam meningkatkan brand awareness*. *E-Jurnal Medium*, 1(2), 35–44.
- Dewi, N. P. S., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, Pramesti Dewi, R. D. L., Susanti, R. D., Ohorella, N. R., Ruddin, I., & Utomo, S. B. (2023). *Komunikasi pemasaran: Konsep dan strategi* (Cet. 1). Yayasan Literasi Sains Indonesia.
- Dwiprakasa, M. O., Misnawati, D., Zinaida, R. S., & Isnawijayani. (2025). *Analysis of marketing public relations strategy by U provider in enhancing brand awareness through social media*. *Communica: Journal of Communication*, 3(1), 1–17.
- Hamzah, R. E., & Azhari, R. R. (2019). *Konsep integrated marketing communication dalam meningkatkan brand image Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).

- Hariyanto, D. (2023). *Buku ajar komunikasi pemasaran*. Umsida Press.
- Hasan, M., & Sopacua, S. S.Sos, Y. (2023). *Promosi kartu perdana By.U oleh perusahaan Telkomsel dalam menjangkau pasar anak muda*. Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura, 2(1), 320–341.
- Jain, A. (2024). *The impact of influence marketing on Gen Z consumer behaviour*. International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR), 6(5).
- Liani, F. A., & Putra, I. S. (2023). *Analisis penggunaan media sosial terhadap brand awareness dan citra positif PT. Telkom*. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains, 1(1), 210–219.
- Nandha, A. (2022). *Pengaruh promosi dan brand equity terhadap keputusan penggunaan layanan prabayar Telkomsel (Studi kasus pada pelanggan prabayar Telkomsel Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). *Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z: Analisis strategi brand awareness, loyalitas, dan organisasi pemasaran*.
- Parapat, U. F. (2024). *Penerapan bauran promosi dalam usaha meningkatkan jumlah penjualan pada PT. Telkomsel GraPARI Jambi (Tugas akhir, Universitas Jambi)*.
- Pranogyo, A. B., & Hendro, J. (2024). *Komunikasi pemasaran terpadu: Teori dan praktik efektif*. Penerbit Eureka.
- PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2023). Annual Report FY 2022.

Rahma, V. N. (2023). *Penerapan integrated marketing communication Toko Kopi Padma dalam menarik pelanggan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1).

Sugiarto, W., & Tri Gartanti, W. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran digital kartu By.U*. Bandung Conference Series: Public Relations, 2(2).

Telkomsel. (2025). *Tentang Kami*. Diakses pada 04 Mei 2025, dari <https://www.telkomsel.com/about-us>

Utami, L., & Sundari, S. (2024). *Pengaruh bandwagon effect dan digital marketing produk kosmetik yang sudah memiliki label halal terhadap purchase intention pada produk kosmetik Wardah (Studi kasus pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas KH. Abdul Chalim Pacet, Mojokerto)*. Jurnal Intelek Insan Cendikia, 1(6), 2063–2080.

