

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, W., Rahmawati, M., & Sucipto, A. (2023). Pengaruh *content marketing* terhadap *brand awareness* dan keputusan pembelian konsumen jasa wisata. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 45–58.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (8th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh *brand awareness*, *brand image* dan *customer perceived value* terhadap *purchase intention*. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 4(3), 81-86.
- Juniadi, M. N., Lashwaty, N. D., & Mursid, M. (2024). PENERAPAN STRATEGI 7P *MARKETING MIX* PADA GROSIR KOSMETIK. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 16(1), 100-118.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing (18th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., & Ala, M. (2022). *Past, present, and future of customer engagement*. *Journal of Business Research*, 140, 439–458.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2022). *Services marketing: People, technology, strategy (9th ed.)*. World Scientific Publishing.
- Mastuti, R., Hasanah, N., & Kurniawan, A. (2022). Strategi pemasaran berbasis pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 112–128.
- Mulyani, S., Prasetyo, H., & Setiawan, D. (2023). Peran *digital marketing* dalam

pemulihan bisnis pariwisata pasca pandemi. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, 6(1), 21–35.

Nasrullah, R. (2021). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi Revisi). Simbiosis Rekatama Media.

Pradana, M., & Iragiliati, E. (2022). Pengaruh *digital marketing* terhadap *brand awareness* perusahaan jasa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(3), 201–215.

Priansa, D. J. (2020). *Komunikasi pemasaran terpadu: Pada era media sosial*. CV Pustaka Setia.

Pulizzi, J. (2021). *Content Inc.: Start a content-first business, build a massive audience and become radically successful (2nd ed.)*. McGraw-Hill Education.

Purnomo, R. A., Setiawan, B., & Sari, D. M. (2021). *Manajemen pemasaran digital*. Eureka Media Aksara.

Rachman, F., Wibowo, L. A., & Andari, R. (2022). Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen pada industri jasa perjalanan wisata. *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 12(2), 97–110.

Rachmawati, D., Sari, I. P., & Hidayat, R. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan *travel* di era *digital*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3), 178–192.

Salim, F., Yulianto, E., & Sunarti. (2022). Adaptasi strategi pemasaran di era transformasi *digital*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1), 56–68.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran: Teori dan implementasi*. UII Press.

Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi bauran promosi (*promotional mix*) dalam

meningkatkan kepercayaan masyarakat. CV Multi Pustaka Utama

Warpindyastuti, L. D., Arita, Y. M., Apriyani, H., & Hardani, H. (2021). Analisa *Brand awareness dan Brand Association* Pada Merek Minuman Haus!. Jurnal Ekonomi KIAT, 32(2)

