

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Helmi, S., Isnawijayani, I., & Sartika, D. (2024). The influence of product innovation, market orientation and social media on the performance of MSMEs in the food sector in South Sumatra Province. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 1590-1605.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Badung, Bali: CV. Noah Aletheia.
- Annisya, V. (2019). Strategi Marketing Public Relations d'BestO Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram. *Seminar Nasional Humanis*, 1(1).
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, Vol 5 (1)
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aulya, D., & Zinaida, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 4659-4666.
- by.U [@byu.id]. (n.d.). *Posts* [Instagram Profile]. Instagram. Retrieved March 20, 2024 from <https://www.instagram.com/byu.id/>.
- by.U [@byu.id]. (2024, Juni 3). Self Rward Buat Anak by.U Main Timezone Sepuasnya Pake by.U [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C7vvUtYvKXM/?igsh=MWVoNng3YXRvNDg4OA==>
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*, 8(2).
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.

- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Harris, T. L. (1993). *The Marketers Guide To Public Relations: How Todays Top Companies are Using The New PR to Gain A Competitive Edge*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Harris, T. L., & Whalen, P. T. (2008). *The Marketer's Guide to Public Relations in The 21st Century*. Ohio: Thomson Higher Education.
- Jatmiko, L. D. (2021). *Sepanjang 2020 Jumlah Pengunduh by.U Meroket, Capai 4,6 Juta*. *Bisnis Tekno*.  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20210130/101/1349940/sepanjang-2020-jumlah-pengunduh-byu-meroket-capai-46-juta>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. Gary Amstrong. (2008) BOOK: *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Prenada Kencana Media Group.
- Liliwiri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Nastiti, N. A., & Supranata, I. (2020). Strategy Marketing Public Relations Glad Coffee Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *PANTAREI*, 4(2).
- Rahman, A. A. (2019). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Perusahaan (Studi Pada Public Relations PT. Jasa Raharja Kota Palembang)*. Universitas Sriwijaya.
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. Data.Goodstats.Id. <https://statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Sinaga, I. (2014). The Effect of Marketing Public Relations on Brand Image. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2).

- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Surjaatmadja, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Badung: Penerbit Nilacakra.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1).

