

Referensi

- Brannan, T. (2005). *Integrated Marketing Communications*. Jakarta, PPM.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design* (Fifth). SAGE Publications.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory* (Tenth). New York, McGraw-Hill Education.
- Gunawan, A. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Occupancy Pada Hotel Aerotel Smile Makassar* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar]. <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/414/SKRIPSI ANDRI GUNAWAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Third). SAGE Publications.
- Margareth, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Awareness Hotel Grand Keisha bu Horison Yogyakarta* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/23891%0A>
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. (2019). *Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium*. *Avant Grad*, 19–41.
- Meilinda, A. (2018). Analisis Unique Selling Proposition Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 28–42.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136–149. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883>
- Pienrasmi, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Industri Fashion Brand Denim Lokal Di Bandar Lampung. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 104–112.
- Putra, EA., Amalia, D. (2022). Analisis Isi pada Akun Instagram @mpmhondatim Dalam Memperkuat Brand Awareness. *Voxpop Ilmu Komunikasi UPN Veteran*, 4 No. 1, 12.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Studi Manajemen Dan Bisnis, JSMB Vol.*
- Ramzan, U. (2018). Role Of Content Based Social Media Marketing In Building Customer Loyalty And Motivating Consumers To Forward Content. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 23, N.
- Theresia, A. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Palembang Selama Pandemi Covid 19* [Universitas Sriwijaya]. <http://repository.unsri.ac.id/id/eprint/47850>