**DAFTAR PUSTAKA**

1. **Buku Teks**

Aaker, David A. (1996), *Building Strong Brands*, Edisi Ke-1, New York: The Free

 Press

Aaker, David A. (2018), *Manajemen Ekuitas Merek*, Jakarta: Spektrum

Adriana, Chandra Tjipto (2008), *Brand Manajemen dan Strategi*, Yogyakarta: Elex Media Komputindo

Afrizal. (2015), *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta: Rajawali Pers.

# Blakeman. (2015), *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*, Edisi Ke 2, New York: Rowman & Littlefield Publishers.

Durianto, Darmadi., et al (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

 Fernandes, Tony F. (2017), *Flying High My Story From Airasia to QPR.* United Kingdom: Garamond MT Std.

Hamalik, Oemar. 2008. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: Sinar Grafika

Jean, Noel Kapferer. (2001), *Strategic Brand Management*, Edisi Ke 2, New Delhi: Kogan Page India Private Limited.

Kevin, Lane., et al (2013), *Strategic Brand Management*, Edisi Ke 4, Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

Kotler, Phillip dan Garry Amstrong. (2008), *Prisinp-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. (2012), *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.

Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. (2018), *The Power of Brands. Jakarta*: Ikrar Mandiri Abadi

Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suharsimi. (2012), *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara

Tjiptono, Fandy T. (2018), *Brand Management and Strategy*, Edisi Ke-1, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yusuf. (2014), *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

1. **Sumber dari Internet**

Daily Social 2016, Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia, diakses 2 Agustus 2019, <https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia>

Ester 2016, *Mengenal Generasi Millenial*, KOMINFO, diakses 21 Maret 2019, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media>

Gondokusumo 2014, 10 langkah meningkatkan brand, diakses 13 Juni 2019, <http://ciputrauceo.net/blog/2014/7/18/10-langkah-meningkatkan-brand-anda-by-ryan-gondokusumo>

Hestianingsih 2017, *Pecinta Sneakers Wajib Tahu, Dari Mana Sebutan Sneaker’s Berasal*, WolipopDetik, diakses 21 Maret 2019, <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-3415426/pencinta-sneakers-wajib-tahu-dari-mana-sebutan-sneakers-berasal>

Youtube.com 2016, *Power Talks Tan Sri Tony Fernandes*, diakses 30 Maret 2019, <https://www.youtube.com/results?search_query=tony+fernandes>

Youtube.com 2016, *Geoff Max SERINGAI*, diakses 3 Agustus 2019, <https://www.youtube.com/results?search_query=tony+fernandes>

Youtube.com 2017, *Top Of Mind JIM Models – Menjadi Bintang*, diakses 26 April 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=VEpRv_faZD0>

Youtube.com 2019, *Brand Adventure Indonesia Warunk Upnormal Konsistensi Membangun Citra,* diakses 26 April 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=YXONsKcCTCc&t=98s>

Youtube.com 2019, Heritage Culture Indonesia, diakses 30 Juli 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=SRhuzEesPIg>

1. **Skripsi, Tesis, Disertasi**

Audrey (2016), Skripsi: *Strategi Komunikasi Perubahan Logo Melalui Pemosisian Produk Sour Sally*, Fakultas Ilmu Komunikasi Kwik Kian Gie School of Business, Jakarta.

Sutrisno, Tri (2017), Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro Sunderlike)*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,Yogyakarta.

Kusumuwardani, Puspita Angga (2013), Skripsi: *STRATEGI BRAND COMMUNICATION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kualitatif Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Awareness Rumah Makan Seafood D’cost Surabaya*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jawa Timur.

Haq, Arydinal (2016), Skripsi: *Strategi Brand Activation SPECS dalam Mewujudkan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Kualitatif Kegiatan Turnamen Futsalogy Antar Sekolah Menengah Atas se- Yogyakarta)*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

K.Sintia, Marlina (2014). Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness Pada LAC Salatiga*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

Pratiwi Anggraeni, Patricia (2018), Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran DBL Academy Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Program Baskerball Clinic,* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

1. **Jurnal**

Pratama, Hendra (2016), Jurnal: *Evaluasi Branding JOGJA Never Ending Asia Sebagai Strategi Memasarkan Daerah Di Era Otonomi.*, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kutai Kertanegara.

Istri Putri Dwijayanti., et al (2017), Jurnal: *Strategi Brand Communication PT. Puncak Keemasan Dunamis Indonesia dalam Membangun Awareness terhadap Produk Animasi Beakbug,* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana, Bali.

Silvia (2017), Jurnal: *Strategi Marketing Communication PT.INDOSAT OOREDOO BANDUNG MELALUI “REBORN INDOSAT OOREDOO” dalam Membangun Brand Awareness,* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, Bandung.