

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand Management in the Digital Era* (Edisi Indonesia). Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Adawiyah, S., & Hasan, I. (2024). Efek *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kota Malang. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(8).
https://www.researchgate.net/publication/382856349_Efek_Brand_Image_Brand_Awareness_dan_Experiential_Marketing_Terhadap_Loyalitas_Nasabah_Bank_Muamalat_Kota_Malang
- Ardi, Z., & Putri, S. A. (2020). *The Analysis of the Social Media Impact on the Millennial Generation Behavior and Social Interactions*. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 1(2),
<https://jurnal.iicet.org/index.php/sajts/article/download/651/571>
- Ashraf, G. Y., & Indu, V. (2024). *A Study Analyzing Instagram Reels as a Powerful Marketing Tool*. *International Scientific Journal of Engineering and Management*, 3(5).
https://www.researchgate.net/publication/380804836_International_Scientific_Journal_of_Engineering_and_Management_A_Study_Analyzing_Instagram_Reels_as_a_Powerful_Marketing_tool
- Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). *The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia*. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 1040-1050.
https://www.researchgate.net/publication/375124475_The_Influence_of_Social_Media_Influencers_on_Generation_Z_Consumer_Behavior_in_Indonesia
- Faerrosa, L., Qatrunnada, Q., & Pratama, A. A. (2025). Pembuatan video promosi untuk Peningkatan *Brand Image* dan *Brand Awareness* Desa Wisata Hijau Bilebante. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(20).
https://www.researchgate.net/publication/389011292_Pembuatan_Video

Promosi untuk Peningkatan Brand Image dan Brand Awareness Desa Wisata Hijau Bilebante

- Ghalisthan, A. R. (2023). Efektivitas Penggunaan Fitur *Reels* di *Instagram* dalam Meningkatkan *Brand Recognition* (Studi pada followers Instagram @luxxestudio) (Skripsi Sarjana, Universitas Lampung. <https://jurnal.iicet.org/index.php/sajts/article/download/651/571>).
- Ghafuur, M.A. (2022). Penguatan *Brand Awareness* melalui Efektivitas *Digital Marketing* Bank Muamalat (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCU Semarang) (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Sultan Agung). *Universitas Islam Sultan Agung Repository*. https://repository.unissula.ac.id/28518/1/Manajemen_30401900199_fullpdf.pdf
- Gyardani, K.A., & Dama, M. S. D. (2024). *Reels Instagram @kedaii.asmara* sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Kunjungan Pelanggan Generasi Z di Kedai Asmara. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/19511>
- Hapsari, P. W., Shafira, D., Ardini, I., & Syukri, M. (2024). Inovasi Digital Dalam Promosi Media Sosial melalui Fitur Kolaborasi *Instagram @nyaimercon*. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 8(2). <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/download/11126/5453>
- Mulyantono, R. N., & Akbar, Y. M. (2023). Analisis Konten *Reels Instagram @kopikenangan.id* Sebagai Bentuk Pemasaran. *IKOMIK: Jurnal Komunikasi dan Informasi*. 3(2), 25-31. https://www.researchgate.net/publication/376895570_ANALISIS_KONTEN_REELS_INSTAGRAM_KOPIKENANGANID_SEBAGAI_BENTUK_PEMASARAN
- Paramitha, H., & Doho, Y. D. B. (2021). Pengaruh Konten *Instagram Ads @luxebarbershop* terhadap Peningkatan *Brand Awareness*. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(2). https://www.researchgate.net/publication/357568544_Pengaruh_Konten_I

[Instagram Ads Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness](#)

- Permana, E., Stalastiana, D., Khalisoh, R., & Syamsurizal. (2024). Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Konten Kreatif dalam Pemasaran Media Sosial *TikTok brand Tenue De Attire*. *Muqaddimah: J Ekonomi Manajemen Akutansi Bisnis*, 2(3).
https://www.researchgate.net/publication/382232344_Strategi_Meningkatkan_Brand_Awareness_Melalui_Konten_Kreatif_Dalam_Pemasaran_Media_Sosial_Tiktok_Brand_Tenue_De_Attire
- Rahmadhani,U., Purnomo, D., & Pujianto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Media Sosial *Instagram* pada Startup *Trafeek Coffee*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(2).
https://www.researchgate.net/publication/350885460_Strategi_Promosi_dalam_Meningkatkan_Brand_Awareness_melalui_Media_Sosial_Instagram_pada_Startup_Trafeeka_Coffee
- SocialInsider. (2023). *Social Media Benchmarks for the Finance & Banking Industry*. <https://www.socialinsider.io/social-media-benchmarks/finance-banking>
- Sudirjo, F., Manippi, W. A., Putrianti, F. G., Wahyuningratna, R. N., & Syafral, M. (2024). *The Influence of Marketing Mix and Brand Awareness on Banking Customer's Interest in using Home Ownership Credit Services*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi)*, 10(2).
https://www.researchgate.net/publication/380911083_The_Influence_Of_Marketing_Mix_And_Brand_Awareness_On_Banking_Customers'_Interest_In_Using_Home_Ownership_Credit_Services
- Tjokrokartono, M.P. (2024). Analisa Efektivitas Konten *Instagram* dalam Strategi Promosi untuk *Design Agency* yang Menargetkan Pasar Milenial. *VICIDI*. 14(2), 160-169. <https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/view/5259>
- We Are Social. (2024). Digital 2024: Indonesia. Tersedia secara daring di: <https://wearesocial.com/id/digital-2024-indonesiab>