

REFERENCES

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Ardianti, S. U., & Handayani, S. W. E. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Pratama Rotan Interior Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. *SMOOTING*.
- Ardianti, S. U., & Handayani, S. W. E. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Pratama Rotan Interior Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. *SMOOTING*.
- Batubara, J. (2017). Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95-107
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. mcgraw-hill.
- Data, T. P. (2015). Instrumen Penelitian. *Kisi-Kisi Instrumen*.
- Data, T. P. (2019). Observasi. *Wawancara, Angket Dan Tes*.
- Dauti, Z. (2025). *Strategi Label All Good Music Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Musik Hip-Hop Indonesia Melalui Media Sosial* (Doctoral Dissertation, Universitas Bakrie).
- Filya Hidayati, S. P. (2024). PENELITIAN KUALITATIF. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, 10.
- Gustafson, T., & Chabot, B. (2007). Brand awareness. *Cornell Maple Bulletin*, 105(1), 1-5.
- Halimah, L. (2016). Music in Learning. *EduHumaniora| Journal of Basic Education Cibiru Campus*, 2(2).
- Ismunandar, I., Andriani, N. Y., Hanis, R., Hamzah, R., & Yusuf, M. (2023). Grand preanger bandung effective marketing communication strategy in the staycation program. *Jurnal Ekonomi*.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Karimah, A. N. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kepercayaan, dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian

- Syariah Digital (PSD) Pada Pegadaian Syariah Kota Semarang. *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Keke, Y. (2015). Integrated Marketing Communication towards brand awareness. *Journal of Transportation and Logistics Business Management*, 2(1), 172-186.
- Keke, Y. (2015). Komunikasi Pemasaran terpadu terhadap brand awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 2(1), 172-186.
- Lestari, N. D., & Sitasi, C. (2019). The Production Process in the Independent Music Industry in Indonesia. *Journal of Communication*, 10(2), 161-168.
- M.Daniel Pratama (2025) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Wareness Rador Lampung Online
- Malaikat, I. M. D. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode Baru* (terj. Tjetjep Rohendi Rohidi). Jakarta: UI Press.
- Mirawati, I. (2025). Step by step skripsimu. C Klik Media.
- Muhammad, R. I. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menumbuhkan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Zianturi Kursus Musik).
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. *TUTURAN Komunikasi, Sosial dan Humaniora.umanio*
- Pane, I., Hadju, V. A., Maghfuroh, L., Akbar, H., Simamora, R. S., Lestari, Z. W., . & Aulia, U. (2021). Desain penelitian mixed method. *Aceh: Yayasan Penerb Muhammad Zaini*, 8(9), 245-247.
- Putra, A. T. A. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teoretis & praktis*.
- Pomalaa, L., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2018). Analisis faktor brand awareness, brand exposure, customer engagement, dan electronic word-of-mouth dalam pemasaran melalui media sosial pada the Body Shop Indonesia. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu*

Komputer, 2(10), 4082-4091.

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Purchase Decisions. *E-Journal of Business Economics and Accounting*, 7(1), 25-29.

Rangkuti, F. (2004:). The power of brands. Gramedia pustaka utama.

Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1). Sah Media.

Sari, A. M., & Aslami, N. (2022). Strategi komunikasi pemasaran asuransi syariah. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 57-72.

Setiawan, A. L., Soraya, I., & Ekowati, S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Asmara Coffee Melalui Event Musik Asmaraloka Dalam Menciptakan Brand Awaraness. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora*

Solihin, S. A. (2024). Konsep Marketing Mix 4P dan 7P.

Sope, A. S. (2023). Analysis of Marketing Strategies on Sales Improvement. *JIBEMA: Journal of Business, Economics, Management, and Accounting*,

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Susanto, S., & Sari, A. (2020). Strategi komunikasi pemasaran jam tangan Matoa dalam meningkatkan brand awareness. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Tulasi, D. (2012). Marketing Communication and Brand Awareness. *Humaniora*, 3

Utomo, I. W. (2017). The Influence of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Trust on Brand Loyalty of Online Shopping Customers (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Journal of Communication*, 8(1).

Wardhana, A. (2024). *Brand Managementin the Digital Era*. Edisi Indonesia.

Yanuar Saksono, M. M. Dr. Drs. Danang Sunyoto, SH, SE, MM, CBLDM. *PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*, 15.

Zighana, E. I., & Prasetya, H. B. (2024). Personal Branding Strategy of Minang Pop Music Group in Improving Reputation. *Elegentia: IAS Journal of Arts, Media, and Technology*, 1(1), 30-42.