

Daftar Pustaka

- Aaker, D. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. (T. Alih bahasa: Aris, Trans.) Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. (N. Alih bahasa: Aris, Trans.) Canada, Macmillan: Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (2010). *Building Strong Brands*. London: Free Press.
- Anggoro, B. (2022, Januari 14). *Dama Kara Rangkul dan Berdayakan Penyandang Autis Agar Terus Berkarya*. Retrieved April 19, 2022, from <https://mediaindonesia.com/nusantara/464441/dama-kara-rangkul-dan-berdayakan-penyandang-autis-agar-terus-bekarya>
- Batee, R. R. (2022, Januari 1). *Berkarya Tak Mengenal Keterbatasan, Dama Kara Bantu Anak-anak Penyandang Autis Berkarya Motif Batik Modern*. Retrieved April 21, 2022, from <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/news/pr-353468591/berkarya-tak-mengenal-keterbatasan-dama-kara-bantu-anak-anak-penyandang-autis-berkarya-motif-batik-modern>
- Bennet, A. (1997). *The Five vs- a Buyer's Perspective of the Marketing Mix* (Vol. 15 (3)). Marketing Intelligence & Planning.
- Bennet, A. (1997). *The Five vs- a Buyer's Perspective of the Marketing Mix. Marketing Intelligence & Planning* (Vol. 15(3)).
- Chi,H.K., Yeh, H.R., & Yang,Y.T. (2009). *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty* (Vol. 4). The Journal of International Management Studies.
- Cravens, D. (2000). *Strategic Marketing*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.
- Duncan, T. (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw-Hill Irwin. .



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang Digunakan oleh Local Brand untuk Memperluas Brand Awareness pada Publik: Studi kasus Strategi Komunikasi Pemasaran di Sosial Media Instagram oleh Dama Kara

AURORA KHOIRUNNISA F, Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, S.IP, M.Si.

Dwyer, F.R., & Palmer, J.I. (2002). *Business Marketing* (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill.

Eagle, L., & Kitchen, P. (2000). *Brand Communications, and Corporate Cultures* (Vol. 34).

Journal of Marketing Management.

Fatimah, S. (2022, Januari 13). *Produk Batik Tetap Trend di 2022 Awal Tahun, Dama Kara*

Usul Motif Kawung. Retrieved Mei 06, 2022, from

[https://jabar.tribunnews.com/2022/01/13/produk-batik-tetap-trend-di-2022-awal-](https://jabar.tribunnews.com/2022/01/13/produk-batik-tetap-trend-di-2022-awal-tahun-dama-kara-usung-motif-kawung)

[tahun-dama-kara-usung-motif-kawung](https://jabar.tribunnews.com/2022/01/13/produk-batik-tetap-trend-di-2022-awal-tahun-dama-kara-usung-motif-kawung)

Ferdian, A. (2021, November 15). *Tak Terhalang Pandemi UMKM Mitra BI Raih Sukses*

Dengan Inovasi. Retrieved Mei 02, 2022, from [https://www.rmoljabar.id/tak-terhalang-](https://www.rmoljabar.id/tak-terhalang-pandemi-umkm-mitra-bi-raih-sukses-dengan-inovasi)

[pandemi-umkm-mitra-bi-raih-sukses-dengan-inovasi](https://www.rmoljabar.id/tak-terhalang-pandemi-umkm-mitra-bi-raih-sukses-dengan-inovasi)

Gerber, C., Terblanche-Smit, M., & Crommelin, T. (2014). *Brand recognition in television*

advertising: The influence of brand presence and brand introduction. Retrieved from

Acta Commercii: doi. org/10.4102/ac.v14i1.182.

Goi, C. (2009). *A Review of Marketing Mix: 4 P's or More?*. International Journal of Marketing

Studies.

Hasbun, Budiharto., & Endang, Ruswanti. (2016). *Komperasi Antara Kelompok yang Melihat*

Iklan dengan Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line) (Vol.

2). Journal of Business Studies.

Hoyer, W.D., & Brown, S.P. (1990). *Effects of Brand Awareness on Choice For a Common,*

Repeat-Purchase Product (Vol. 17). urnal of Consumer Research.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson

Prentice Hall.

Kotler, P., Wong, Veronica., Saunders, Jessica., & Armstrong, Gary. (1999). *Principle of*

Marketing (2nd ed.). Prentice Hall Europe.

Kotler, P., & Kotler, K.L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang Digunakan oleh Local Brand untuk Memperluas Brand Awareness pada Publik: Studi kasus Strategi Komunikasi Pemasaran di Sosial Media Instagram oleh Dama Kara

AURORA KHOIRUNNISA F, Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, S.IP, M.Si.

Universitas Gadjah Mada 2023. Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id>

Editor) Retrieved April 21, 2022, from
<https://www.republika.co.id/berita/r1z1ii396/kala-pandemi-jadi-cambuk-berbisnis>

McCarthy, E. (1964). *Basic Marketing*. (R. D. Irwin, Ed.)

Middleton, V., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Rochester, Kent: MPG Books Ltd, Bodmin.

Morissan. (2010). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Kencana Prenada Media .

Purnamasari, D. M. (2020). "Menurut Wapres, Hanya 13 Persen UMKM Sudah Manfaatkan Teknologi Digital" . Retrieved Juli 07, 2022, from
<https://nasional.kompas.com/read/2020/10/20/10181221/menurut-wapres-hanya-13-persen-umkm-sudah-manfaatkan-teknologi-digital?page=all>

Riani, A. (2021, Febuari 23). *Modest Fashion Founders Fund 2021, Saatnya Lini Modest Fashion Lokal Naik Kelas*. Retrieved Mei 05, 2022, from
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4490472/modest-fashion-founders-fund-2021-saatnya-lini-modest-fashion-lokal-naik-kelas>

Riyani, U. E. (2021, Mei 05). (F. Fotaleno, Editor) Retrieved Mei 04, 2022, from
<https://www.indozone.id/beauty/M7slkoB/modestfffund-2021-tampilkan-20-karya-terpilih-tahun-ini/read-all>

Rossiter, J.R., Percy, L., & Donovan, R.J. (1991). *A better advertising planning grid* (Vol. 31). Journal of Advertising Research.

Santia, T. (2020). "Survei BPS: 5,76 Persen Pelaku Usaha Baru Manfaatkan Internet saat Pandemi" . Retrieved Juli 07, 2022, from
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4372493/survei-bps-576-persen-pelaku-usaha-baru-manfaatkan-internet-saat-pandemi>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang Digunakan oleh Local Brand untuk Memperluas Brand Awareness pada Publik: Studi kasus Strategi Komunikasi Pemasaran di Sosial Media Instagram oleh Dama Kara
AURORA KHOIRUNNISA F, Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, S.IP, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2023. Diunduh dari <http://eprints.repository.ugm.ac.id/>

Shimp, T. (n.d.). *Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing*

Communication (5th ed.). New York: Dryden Press.

Wicaksono, S. (2021, Mei 07). *Dukung Penyintas Autisme Melalui Koleksi Fesyen*. Retrieved

Mei 05, 2022, from <https://www.validnews.id/kultura/dukung-penyintas-autisme-melalui-koleksi-fesyen>