

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. (2019). *Apa Yang Dimaksud Dengan Strategi*. Dictio.
<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-strategi/120386>
- Arief, A. M. (2021). Pendapatan Masyarakat Berkurang, tetapi Konsumsi AMDK Tumbuh. *Bisnis.com*.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210211/257/1355322/pendapatan-masyarakat-berkurang-tetapi-konsumsi-amdk-tumbuh>
- Awlia, T. (2020). *Metode Pengumpulan Data: Kuantitatif dan Kualitatif*. detikNews. <https://news.detik.com/berita/d-4850130/metode-pengumpulan-data-kuantitatif-dan-kualitatif>
- Azzahra, F. (2019). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif pada PT. HNI HPAI)*. UNIVERSITAS Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
Company Profile PT. Rolas Nusantara Mandiri. (2019).
<https://rollaas.id/2019/07/25/company-profile/>
- E-jurnal.com. (2013). *Tujuan Tujuan Komunikasi*. E-jurnal.com. <https://www.e-jurnal.com/2013/12/tujuan-tujuan-komunikasi.html>
- El Ishaq, R. (2015). *KULIAH PUBLIC RELATIONS Pengantar & Praktik*.
- Elvira, D. (2021, April 12). Tahun ini, industri AMDK optimistis catatkan pertumbuhan penjualan hingga 5%. *Newssetup*.
<https://newssetup.kontan.co.id/news/tahun-ini-industri-amdk-optimistis-catatkan-pertumbuhan-penjualan-hingga-5>
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Nomor August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fisamawati. (2014). *Cleo, Bidik Segmen Middle Up*. marketing.co.id.
<https://marketing.co.id/cleo-bidik-segmen-middle/>
- Gassing, S. s. . S. (2016). *Public Relations* (1 ed.). Andi.
- Hestanto. (n.d.). *Pengertian Brand (merek)*. hestanto web.id.
<https://www.hestanto.web.id/pengertian-merek-brand/>
- Jefkins, Frank; Yadin, D. (2002). *Public Relations* (5 ed.). Erlangga.
- Jurnal.id. (2022). *Cara Meningkatkan Brand Awareness Bisnis, Simak Tips Ini!* PT Mid Solusi Nusantara. <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-meningkatkan-brand-awareness/>
- Juwito. (2008). *Public Relations*. In *Public Relations* (Nomor 10). UPN PRESS.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i1.30>
- Lararenjana, E. (2021). *Fungsi Public Relations Beserta Definisi dan Tujuannya, Pelajari Lebih Lanjut*. Merdeka.com.<https://www.merdeka.com/jatim/fungsi-public-relations-beserta-definisi-dan-tujuannya-pelajari-lebih-lanjut-klm.html>
- Lestari. (n.d.). *Apa Yang Imaksud Dengan Komunikasi*. Media Indonesia.com.
<https://mediaindonesia.com/humaniora/441010/apa-sih-yang-dimaksud-dengan-komunikasi>
- Ludwianto, B. (2015). *Strategi Public Relations Pt. Tunas Bola Dalam Membangun Citra Perusahaan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Mardalis, A., & Hastuti, A. P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Merk. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017 "Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia,"* 50–62.
https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/9023/sansetmab2017_16.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Masih saja.com. (2015). *Pengertian/ Definisi Air Mineral, Air Demineral, AMDK, Air Baku.* <https://www.masih saja.com/2015/08/pengertian-definisi-air-mineral-air.html>
- Masindo, A. A. (2018). *Strategi Public Relations Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- MBAKJHE. (2019). *Apa Itu Public Relations.* kelaskomunikasi.
<https://kelaskomunikasi.com/pengertian-public-relation/>
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer* (1 ed.). Kencana.
- Prasetyo, W. (2014). *Definisi Komunikasi.* Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/prasetyoe/54f78467a333112b6f8b45f7/definisi-komunikasi>
- Pratiwi, G. (2022). *Mendongkrak Penjualan Club dengan Geurilla Marketing.* swa.co.id. <https://swa.co.id/swa/headline/mendongkrak-penjualan-club-dengan-geurilla-marketing>
- Prima, P. (2022). *8 cara mengembangkan brand awareness untuk memenangkan persaingan bisnis.* Kita lulus.com. <https://www.kitalulus.com/bisnis/8-cara-mengembangkan-brand-awareness-untuk-memenangkan-persaingan-bisnis>
- PTPNXII. (2019). <https://ptpn12.com/2019/07/09/profil/>
- Riadi, M. (2020). *Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks).* kajianpustaka.com.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html>
- Salim; Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Citapustaka Media.
- Sendari, A. A. (2019). *Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah.* Liputan6.com.
<https://hot.liputan6.com/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>
- Strategi Public Relations.* (2017). Wix.com.
<https://prcfikomupiyai.wixsite.com/website/single-post/2017/07/12/strategi-public-relations>
- Suriadi. (2021). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Kesadaran Berderma Generasi Milenial pada Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap. *Humanis Proceedings, 1(2),* 920–929.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11889>
- Utami, S. N. (2021). *Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli.* Kompasiana.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya?page=all>
- Willian, A. (2021). *Mengenal Teknik Pengumpulan Data Kualitatif dan Kuantitatif.* tirti.id. <https://tirto.id/mengenal-teknik-pengumpulan-data-kualitatif-dan-kuantitatif-gali>