

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, E. (2014). *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, J. (2011). *Komunikasi Antarmanusia (terjemahan)*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Durianto, D., Budiman, L. J., & Sugiarto. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kushartanti, Yuwono, U., & Lauder, M. R. (2007). *Pesona Bahasa: Langkah Awal Memahami Linguistik*. In *Pesona Bahasa: Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

- Muhammad, A. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mursyid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- O'Sullivan, G., Yonkler, J. A., Morgan, W., & Merritt, A. . (2003). *Designing A Health Communication Strategy*. Baltimore, MD: John Hopkins Bloomberg School of Public Health/Center for Communication Programs.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2006). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi perkembangan mereka + analisis kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rismawaty, Surya, D. E., & Juliano, S. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rochester, P. (2005). *Konsumen Adalah Raja*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek* (1 ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tim Peneliti Puslitbang SDPPI-KemKominfo. (2018). *Analisis Industri Telekomunikasi Indonesia Untuk Mendukung Efisiensi*. In Kemkominfo. Jakarta: Badan Litbang SDM. balitbangsdm.kominfo.go.id
- Wirawan. (2012). *Evaluasi Teori, model, Standar, Aplikasi, dan Profesi contoh*

Aplikasi Evaluasi Program. Jakarta: Rajawali Press.

Jurnal:

Adiputra, W. M (2008). *Polling sebagai Ekspresi Opini Publik, Pilar Kelima Demokrasi?* Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 12(2), 195–218.
<https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10980/8221>

Aji, B., Wilopo, & Nuralam, I. P (2017). *Implementasi Value propositions dalam Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Produk TabunganKu di Bank Pembangunan Daerah JawaTimur Cabang Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 53(1), 21–30. <http://www.bi.go.id/id/iek/produk-jasa->

Gustafson, T., & Chabot, B (2007). *Brand Awareness* in: Cornell Maple Bulletin 105. In *Cornell Maple Bulletin* 105.
<http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1358439894.9656brand40.pdf>

Heryana, A (2018). *Strategi Public Relations Matahari Kecil dalam Membangun Brand Awareness*. Jakarta: Universitas Esa Unggul, Vol. 25.

Janiszewska, K., & Insch, A (2012). *The Strategic Importance of Brand Positioning in the Place Brand Concept: Elements, Structure and Application Capabilities*. Journal of International Studies, 5(1), 9–19.
<https://doi.org/10.14254/2071-8330.2012/5-1/2>

Mindrut, S., Manolica, A., & Roman, C. T (2015). *Building Brands Identity*. Procedia Economics and Finance, 20, 393–403.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00088-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00088-x)

Purwaningwulan, M. M (2017). *Strategi Public Relations Industri Islamic Fashion Indonesia dalam Membentuk Branding Cantik Islami*. Public Relations and Branding, 1(1), 56–70.

Putra, Y. S (2017). *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*. Among Makarti, 9(2). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>

Putri, N. N. R. dan B. P. S (2020). *Pengaruh Tagline #Semaunyasesemuanya*

terhadap Brand Awareness by.U pada Followers Instagram @byu.id. e-Proceeding of Management, 7(2), 7496.

Rahman, R. S (2016). *Pengaruh Bauran Hubungan Masyarakat (Public Relations Mix) Terhadap Citra Merek Dan Kesadaran Merek Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Siswa Memilih Studi.* Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, 10(1), 44–59.

Sumarwan, U (2014). *Model Keputusan Konsumen.* In Perilaku konsumen (Vol. 5, hal. 1–41). <http://repository.ut.ac.id/3829/1/EKMA5317-M1.pdf>

Wasil, M (2017). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality.* Forum Ekonomi, 19(2), 137. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2120>

Wulandari, T. A (2020). *Graduates' Responses Regarding Communication Strategies of Private University Career Center.* ICOBEST, 391, 35–40. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200108.008>

Sumber Internet:

¹ Logo by.U (2021). *Company Profile by.U Indonesia.* Diakses pada 22 Maret 2021 dari <https://www.byu.id/id>

² Telkomsel (2019). *Telkomsel Luncurkan by.U, Layanan Selular Prabayar Digital End-to-end Pertama di Indonesia.* Diakses pada 22 Maret 2021 dari <https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia>

³ Telkomsel (2021). *Tentang Telkomsel.* Diakses pada 21 Mei 2021 dari <https://www.telkomsel.com/about-us/our-story>

⁴ Jatmiko, Leo D (2021). *Sepanjang 2020 Jumlah Pengunduh by.U Meroket, Capai 4,6 Juta.* Diakses pada 21 Mei 2021 dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20210130/101/1349940/sepanjang-2020-jumlah-pengunduh-byu-meroket-capai-46-juta>

- ⁵ Atmoko, Bambang D (2021). *Awal Tahun 2021, Provider Digital by.U Gelar Promo Paket Internet*. Diakses pada 22 Maret 2021 dari <https://gizmologi.id/news/telco/awal-tahun-2021-by-u-gelar-promo-paket-internet/>
- ⁶ Kemp, Simon (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Diakses pada 20 Maret 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- ⁷ Medium Inspired by.U (2020). *by.U Lahir Bersama Beta User*. Diakses pada 6 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/by-u-lahir-bersama-beta-tester-6a542e505336>
- ⁸ Medium Inspired by.U (2020). *Kenapa by.U Itu Ada?*. Diakses pada 6 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/kenapa-by-u-itu-ada-b8b569751520>
- ⁹ Medium Inspired by.U (2020). *Mengenal Lebih Dekat Sosok Nindy-nya by.U*. diakses pada 6 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/mengenal-lebih-dekat-sosok-nindy-nya-by-u-31f7a268b955>
- ¹⁰ Official Website by.U (2020). *Bikin Paket Data by.U*. Diakses pada 7 Juli 2021 dari <https://www.byu.id/id/package>
- ¹¹ Medium Inspired by.U (2021). *Serba-Serbi Membangun Brand by.U*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/serba-serbi-membangun-brand-by-u-24b2e431df3a>
- ¹² Medium Inspired by.U (2021). *Cara Santuy Kita dalam Develop UI/UX di by.U*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/cara-santuy-kita-dalam-develop-ui-ux-di-by-u-292ea307c007>
- ¹³ Medium Inspired by.U (2021). *Kisah “Permintaan Maaf Nindy”*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/kisah-permintaan-maaf-nindy-385992388294>

- ¹⁴ Medium Inspired by.U (2021). *Mixtape, Langkah Awal by.U Hadirkan Fitur Beyond Telco!*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://inspiredbyu.medium.com/mixtape-langkah-awal-by-u-hadirkan-fitur-beyond-telco-5b1be58f548a>
- ¹⁵ Clinton, Bill (2021). *Telkomsel Resmi Gelar Jaringan 5G Pertama di Indonesia, Ini Daerah yang Kebagian*. Diakses pada 26 Juli 2021 dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/27/16464437/telkomsel-resmi-gelar-jaringan-5g-pertama-di-indonesia-ini-daerah-yang-kebagian>
- ¹⁶ Pratama, Iosi (2020). *Seni Menjalankan Daily Standup*. Diakses pada 8 Juli 2021 dari <https://blog.iosipratama.com/daily-standup-meeting/>
- ¹⁷ IndoTelco.com (2020). *4 bulan, aplikasi by.U telah diunduh 1 juta pelanggan*. Diakses pada 4 Agustus 2021 dari <https://www.indotelko.com/read/1583366534/aplikasi-byu-1>
- ¹⁸ Jatmiko, Leo Dwi (2020). *Setahun Beroperasi, by.U Diunduh oleh 3,5 juta Pengunduh*. Diakses pada 4 Agustus 2021 dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20201007/101/1301807/setahun-beroperasi-byu-diunduh-oleh-35-juta-pengunduh>
- ¹⁹ Frontier Research. (2021). *Beranda Frontier Research*. Diakses pada 23 Agustus 2021 dari <https://research.frontier.co.id/>
- ²⁰ Top Brand Award. (2021). *Tentang Top Brand Award*. Diakses pada 23 Agustus 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/tentang-top-brand-award/>
- ²¹ Top Brand Award. (2021). *Top Brand Index 2021*. Diakses pada 23 Agustus 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

- ²² Bella Syana, Annisa. (2020). Jadi Pilihan Nomor 1 Generasi Z, by.U Raih Marketeers Youth Choice Brands of the Year 2020. Diakses pada 14 September 2021 dari <https://www.marketeers.com/jadi-pilihan-nomor-1-generasi-z-by-u-raih-marketeers-youth-choice-brands-of-the-year-2020/>
- ²³ Bella Syana, Annisa. (2020). Bisnis Sukses Kala Pandemi, Telkosel Raih Marketing Sustainability Brand Appreciation. Diakses pada 14 September 2021 dari <https://www.marketeers.com/bisnis-sukses-kala-pandemi-telkonsel-raih-marketing-sustainability-brand-appreciation/>
- ²⁴ Bella Syana, Annisa. (2021). by.U Rebut Dua Penghargaan dalam WOW Brand Festive Day 2021. Diakses pada 14 September 2021 dari <https://www.marketeers.com/by-u-rebut-dua-penghargaan-dalam-wow-brand-festive-day-2021/>
- ²⁵ Friesner, Tim. (2017). History of SWOT Analysis. Diakses pada 8 Juli 2021 dari <http://www.marketingteacher.com/swot-analysis/>
- ²⁶ Fourhooks (2015). *The Generation Guide - Millennials, Gen X, Y, Z and Baby Boomers*. Diakses pada 2 Agustus 2021 dari <http://fourhooks.com/marketing/the-generation-guide-millennials-gen-x-y-z-and-baby-boomers-art5910718593/>
- ²⁷ Color Picker. (2021). Diakses pada 22 Agustus 2021 dari <https://imagecolorpicker.com/color-code/35bff0>
- ²⁸ Encycolorpedia. (2021). Diakses pada 22 Agustus 2021 dari <https://encycolorpedia.id/35bff0>

- ²⁹ Ismi, Trias. (2021). Ingin Desain Website Semakin Menarik? Pahami Dulu Apa Itu Kode Warna HEX. Diakses pada 22 Agustus 2021 dari <https://glints.com/id/lowongan/kode-hex-warna/>
- ³⁰ Lischer, Brian. (2021). The Psychology of Color in Branding. Diakses pada 22 Agustus 2021 dari <https://www.ignytebrands.com/the-psychology-of-color-in-branding/>
- ³¹ Fanaras, Linda A (2013). *5 Major Benefits of a Strong Brand*. Diakses pada 31 Juli 2021 dari <https://mill.agency/creative/5-major-benefits-strong-brand/>
- ³² Hidayanti, Khairina (2021). *Giveaway: Strategi Marketing yang Untungkan Perusahaan dan Audiens*. Diakses pada 24 Juli 2021 dari <https://glints.com/id/lowongan/giveaway-adalah/#.YPw6D0AxVcs>
- ³³ Segal, Chelsea (2021). *Free Giveaways can Help You Market Your Business*. Diakses pada 26 Juli 2021 dari <https://www.coxblue.com/free-giveaways-can-help-you-market-your-business/#>
- ³⁴ Journal Psyche (2018). *Freud's Model of the Human Mind* diakses pada 3 Agustus 2021 dari <http://journalpsyche.org/understanding-the-human-mind/>
- ³⁵ iMarketology (2020). Diakses pada 3 Agustus 2021 dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/bagaimana-pikiran-konsumen-bekerja-dalam-proses-mengingat-brand>
- ³⁶ Johnson, Clayton (2017). *Generate Publicity With These Six Types of Press Releases*. Diakses pada 24 Juli 2021 dari <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2017/08/21/generate-publicity-with-these-six-types-of-press-releases/?sh=77e1aab33f44>

- ³⁷ Gobiz (2020). *Strategi Pemasaran Word of Mouth untuk Meningkatkan Penjualan*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/strategi-pemasaran-word-of-mouth/>¹
- Gobiz (2020). *Strategi Pemasaran Word of Mouth untuk Meningkatkan Penjualan*. Diakses pada 10 Juli 2021 dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/strategi-pemasaran-word-of-mouth/>
- ³⁸ Top Brand Award. (2019). Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand? Diakses pada 23 Agustus 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/2019/08/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand/>
- ³⁹ Kenton, Will. (2020). Mindshare – What is Mindshare? Diakses pada 23 Agustus 2021 dari <https://www.investopedia.com/terms/m/mindshare.asp>