

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, F. H., & Samuel, P. D. H. (2015). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/140369-ID-analisa-pengaruh-brand-identity-terhadap.pdf>
- Almas, A. F. (2018). Sumbangan Paradigma Thomas S. Kuhn dalam Ilmu dan Pendidikan (Penerapan Metode Problem Based Learning dan Discovery Learning). *At-Tarbawi: Jurnal Kajian Kependidikan Islam*, 3(1), 89. <https://doi.org/10.22515/attarbawi.v3i1.1147>
- Azizah, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Instagram. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8434>
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- E-issn, V. N. P., Sukabumi, K., & Riyadi, A. (2021). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Guru Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 3(5), 405–420. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v3i2.390>
- In Soraya. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.
- Kotler, & K. (2016). *Marketings Management. United States of America: Pearson Education, Inc.*
- Kusno, F., Radityani, A., & Kristanti, M. (2007). Analisa Hubungan Brand Strategy Yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill and Cafe Dan Brand Equity Yang Sudah Diterima Konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.43-56>
- M Chairul Basrun Umanailo. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian, October*, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mareta Puri Rahastine. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *EJournal Komunikasi*, 12(1), 85–90. <https://media.neliti.com/media/publications/488086-none-23e138ac.pdf>
- Marjiatul Maghfiroh, & Nur Rahmawati. (2024). Penerapan Digital Marketing

- Sebagai Strategi Pemasaran Serta Membangun Brand Awareness pada UMKM Rengginang GR Wedoro. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 2(1), 153–166. <https://doi.org/10.59024/jnb.v2i1.313>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurtjahjani, F., & Trivena, S. M. (2018). *PUBLIC RELATIONS CITRA & PRAKTEK. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema*.
- Poltak, H., & Widjaja, R. R. (2024). Pendekatan Metode Studi Kasus dalam Riset Kualitatif. *Local Engineering*, 2(1), 31–34. <https://doi.org/10.59810/lejlace.v2i1.89>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, dan R&D*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. ALFABETA.
- Putri Azzahra Fitriani, & Syifa Astasia Utari. (2024). Upaya Public Relations Melalui Customers Relations Managament Mitsubishi Suryopranoto. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 222–233. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.953>
- Rama Kertamukti. (2017). *Strategi kreatif dalam periklanan : konsep, pesan, media, branding, anggaran (Cetakan ke)*. Rajawali Pers.
- Riyono. (2018). *Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu : Studi Multisite di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil. September*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28045.38880>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek Dety Mulyanti. *Jurnal Ebismen*, 2(1), 240–245.
- Rosilawati, Y. (2008). Employee branding sebagai strategi komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 153–161. <http://www.jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/61/64>
- Sadat. (2003). *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>
- Sicco Van Gelder. (2005). *Global Brand Strategy Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Markets*.
- Sitokdana, M. N. N., & Tanaamah, A. R. (2016). Strategi Pembangunan e-Culture di Indonesia. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(2). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v2i2.439>
- Sumarto dan Desanta. (2016). Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations Informasi Kajian Ilmu Komunikasi Volume 46. Nomor 1. Juni 2016. *Informasi*, 46(1), 63.
- Sundari, G.-, & Purba, V. (2020). Podcaster’S Awal Minggu Communication Strategy

in Creating Podcast Content on the Spotify. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 148–156. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i2.82>

- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Vania Regita Lailia, & Jojok Dwiridotjahjono. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Wasil, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality. *Forum Ekonomi*, 19(2), 137. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2120>
- Yohana F. C. P. Meilani, I. B. M. P. B., & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>