

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Mujib,Fathul. Tutik Saptaningsih. 2020. *School Branding : Strategi di Era Disruptif*.Jawa Timur : Bumi aksara.
- Prasetyo, Bambang D. Nufian S, Febriani. 2020. *Strategi Branding : Teori dan Perspektif dalam Komunikasi Bisnis*. Malang : UB Press
- Van Gelder, Sisco. 2005. *Global Brand Strategy*. UK : British library.
- Zainudin,Muhamad. 2012. *Metodologi Penelitian*. Airlangga University Press.
- Siyoto,Sandu. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media).
- Nurdin,Ismail. Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Suyanto,Bagong.Sutinah. 2015. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*.Jakarta : Kencana.
- Gora,Radita. 2019. *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya : Jakad Publishing.
- Mamik.2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo : Zifadma Publisher
- Anggito,Albi. Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.Sukabumi : Jejak.
- Umrati. Wijaya,Hengki. 2020. *Analisis Data Kualitatif : Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*.Makasar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wijaya,Hengki. 2018. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Theologi*. Makasar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Firmansyah,Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur : Qiara Media.
- Kadri,Trihono. 2018. *Rancangan penelitian*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Zainuddin,Muhammad. 2012. *Metodologi penelitian kefarmasian dan kesehatan*.Universitas Airlangga : Airlangga University Press
- Rukajat,Ajat. 2018. *Pendekatan penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Deepublish. CV Budi Utama

### Jurnal

- Gunawan, Arie Indra. 2013. Pengaruh brand positioning terhadap loyalitas pelanggan surat kabar suara rakyat. FKIP Unswagati
- Canggih,Clarashinta. Khusnul Fikriyah. Ach. Yasin. 2017. Potensi dan realisasi zakat di Indonesia. Universitas Negeri Surabaya
- Lunardi, Jeconiah. Sugiono Sugiharto.2015. Analisa pengaruh brand identity terhadap pembentukan brand image dengan promotion mix brand awareness sebagai variabel intervening pada merek speedo. Universitas Kristen Petra
- Halim, Beatrice Clementia. Diah Dharmayanti. Ritzky Karina. 2014. Pengaruh brand identity terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek Toyota.Universitas Kristen Petra
- Hanggara, Vicky. Ritzky Karina. 2015. Pengaruh brand personality the javana terhadap purchase intention melalui pendekatan self-image congruence.Universitas Kristen Petra

- Febriani, Mega. 2014. Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image pada media sosial twitter @pekanbaruCo. Universitas Riau
- Mulitawati, Iga Mauliga. Maya Retnasary. 2020. Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image melalui sosial media Instagram. Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya. Bandung
- Verdianti, Vera. Dadi Ahmadi. 2015. Hubungan antara kegiatan komunikasi pemasaran dengan membangun ekuitas merek. Universitas Islam Bandung
- Wijaya, Zedy Tedja. 2013. Penyusunan dan implementasi strategi branding produk kuliner dalam membentuk brand knowledge sebagai oleh-oleh khas madiun. Universitas Atmajaya. Yogyakarta
- Susanti, Erna. Dimas Perdana Oskar. 2018. Startegi branding dalam membangun ekuitas merek UMKM. Universitas Putra Indonesia. Padang
- Diarta, I Ketut Surya. Putu Widhianti Lestari. Ida Ayu Putri Citra Dewi. 2016. Strategi branding dalam promosi penjualan produk pertanian olahan PT. Hatten Bali untuk pasar pariwisata Indonesia. Universitas Udayana. Bali
- Ramadhani, Yuri. 2017. Startegi branding portal online [www.tripriau.com](http://www.tripriau.com) dalam membangun brand awareness sebagai portal online pariwisata provinsi Riau. Universitas Riau
- Naibaho, Agnes. Ai Lili Yuliaty. 2017. Pengaruh brand personality terhadap minat beli produk body mist. Universitas Telkom. Bandung
- Tunggadewi, Hapsari. Haryanto. 2015. Bauran komunikasi pemasaran dan keputusan membeli. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Muktahim, A. Nadya Nurul Aprilidayanti. 2019. Pengaruh bauran komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk parfum pada safari parfum di kota Makassar. Universitas Negeri Malang
- Purwaningsih, Deviana Enny. Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh bauran komunikasi pemasaran terhadap keputusan pemilihan Bali sebagai destinasi wisata oleh wisatawan India. Universitas Brawijaya. Malang
- Resmawa, Ira Ningrum. 2017. Strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk cemilan kerupuk singkong samiler “samijali” di umkm eks lokalisasi dolly. STIE Yapan. Surabaya
- Wibisono, Maria. 2011. Analisis brand strategy dan brand equity terhadap consumer responses. Universitas Diponegoro. Semarang
- Setiawati, Sri Dewi. Maya Retnasari. Diny Fitriawati. 2019. Strategi membangun branding bagi usaha mikro kecil menengah. Jurnal Abdimas BSI
- Nastain, Muhammad. 2017. Branding dan eksistensi produk. Universitas Mercubuana. Yogyakarta
- Lestari, Arsiyanti. 2018. Startegi branding media sosial pada bisnis startup. Bina Nusantara University
- Pujamurti, Kartika Ayu. 2015. Proses strategi branding yang dilakukan pemerintah kota Magelang melalui pesan kota sejuta bunga. Universitas Diponegoro
- Haidar, Rakha. 2019. Strategi branding salvadore dalam membangun brand awareness melalui Instagram. Universitas Komputer Indonesia
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta
- Devi, Chandra Surya Novita. Gusti Ayu Ketut Giantari. 2014. Pengaruh bauran

- komunikasi pemasaran terhadap proses keputusan pembelian konsumen provider tri di kota Denpasar. Universitas Udayana Bali
- Darmadi, Didik. 2013. Pengaruh promosi penjualan terhadap penjualan. Universitas Brawijaya
- Dellamita, Mega Fareza. Achmad Fauzi DH. Edy Yulianto. 2014. Penerapan personal selling untuk meningkatkan penjualan. Universitas Brawijaya
- Zuliatin. 2016. Pengaruh personal selling, direct selling dan hubungan masyarakat terhadap kepuasan nasabah.
- Hanifah, Ev. Sukarelawati. Agustini. 2017. Metode promosi melalui direct selling dalam meningkatkan minat konsumen menggunakan jasa hotel. Universitas Djuanda
- Kurniawan, William. 2021. Pengaruh online marketing dan direct selling terhadap minat beli fort.id. Universitas Ciputra Surabaya